

**UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ESTADÍSTICA Y FINANZAS  
CARRERA DE FINANZAS**

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE INGENIERAS EN FINANZAS**

**TEMA: PROPUESTA DE PLAN ESTRATÉGICO  
PARA “LA COMPAÑÍA LIMITADA ELEVAl”,  
UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO  
DE QUITO, PERÍODO 2012 AL 2016**

**AUTORAS**

**JIMÉNEZ ANDRADE PIEDAD MAGDALENA  
POVEA RIVERA ADRIANA DE LOS ANGELES**

**DIRECTOR**

**ING. LENIN TOBAR CAZARES**

**2012**

## **DEDICATORIA**

Dedico en primer lugar a Dios por permitirme culminar mi carrera, por siempre estar a mi lado en los momentos más difíciles y alegres de mi vida; a mis padres por ser mis guías, darme consejos cuando lo necesitaba e impulsarme a seguir con mis sueños; a mi esposo por su amor, por su cariño; y a mis hermanas por apoyarme siempre con su amor incondicional.

Finalmente agradecerles a todos su apoyo, su comprensión y sus consejos en los momentos difíciles, espero no defraudarlos y contar siempre con su apoyo, sincero e incondicional.

**Adriana Povea**

## **DEDICATORIA**

La presente Tesis está dedicada a mis padres y hermanos ya que ellos son la razón de mi vida, y de manera muy especial la dedico a mi abuelita por la paciencia que siempre me tuvo, porque a pesar que ya no esté presente vivirá eternamente en mi corazón.

**Magdalena Jiménez**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por ser incondicional con su amor, y por darme la bendición de culminar esta etapa de mi vida que tanto anhelaba, gracias mi señor por ser mi fuerza.

Agradezco a mi padre por darme su apoyo, su cariño y por incentivarme a seguir y no dejarme vencer por la adversidad.

Agradezco a mi esposo quien con su amor y paciencia me apoyó constantemente, dándome ánimos para seguir.

Agradezco a mi madre y hermanas que a pesar de la distancia siempre estuvieron presentes con una palabra de aliento y amor.

Agradezco a mi director quien me brindo sus conocimientos, y paciencia.

**Adriana Povea**

## **AGRADECIMIENTO**

Señor mi Dios te doy gracias por hacerme entender que de ti dependen todas las cosas, por darme los padres que tengo, los cuales me enseñaron a ser una persona de bien, por designar al Economista Lenin Tobar como mi Director de tesis, y por permitirme culminar mi carrera.

**Magdalena Jiménez**

## **AUTORIZACIÓN DE LA AUTORIA INTELECTUAL**

Yo, **ADRIANA DE LOS ANGELES POVEA RIVERA** en calidad de autora de la tesis realizada sobre **“PROPUESTA DE PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COMPAÑÍA LIMITADA ELEVALL, UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERIODO 2012 AL 2016”** por la presente autorizo a la **UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR**, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte de los que contienen esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autora me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8; 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

Quito, 20 de julio del 2012

---

Adriana Povea Rivera

C.I. 1714345418

Email: [adrianapovear@yahoo.es](mailto:adrianapovear@yahoo.es)

## **AUTORIZACIÓN DE LA AUTORIA INTELECTUAL**

Yo, **PIEDAD MAGDALENA JIMÉNEZ ANDRADE** en calidad de autora de la tesis realizada sobre **“PROPUESTA DE PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COMPAÑÍA LIMITADA ELEVALL, UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERIODO 2012 AL 2016”** por la presente autorizo a la **UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR**, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte de los que contienen esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autora me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8; 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

Quito, 20 de julio del 2012

---

Piedad Jiménez Andrade

C.I. 0400966651

Email: maggyjimenez2@hotmail.com



UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

Teléfono: (2229-156 Directo) 2529-281 2529-129 2529-640 2229-557 — Fax: 2229-491 — Apdo. 1688 — Quito - Ecuador

Quito, 9 de octubre del 2011

Sr. Economista

Marco Posso Zumarraga

**DECANO DE LA FACULTAD CIENCIAS ECONOMICAS**

**UNIVERSIDAD CENTRAL ECUADOR**

Presente.-

De mi consideración.

En mi calidad de Director de la tesis intitulada "PROPUESTA DE PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COMPAÑÍA LIMITADA ELEVAL, UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERIODO 2012 AL 2016", de las Egresadas: **Piedad Jiménez Andrade y Adriana Povea Rivera**. Previo la obtención del título de Ingeniera en Finanzas, informo a su autoridad que, cumplido el plazo otorgado para su investigación, **el trabajo en mención ha concluido satisfactoriamente.**

Particular que comunico a su autoridad para los fines legales pertinentes. De usted Sr. Economista.

Muy atentamente.

  
**Ing. Lenín Javier Tojar Cazares, MSc.**  
**DIRECTOR DE TESIS**





UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
Teléfonos: 523-211 – 529-129 – 521-641 – Apartado 1088  
Quito - Ecuador

**DEPARTAMENTO DE TESIS**

**CALIFICACIÓN DE TESIS DE GRADO**

**TÍTULO DE LA TESIS:**

"PROPUESTA DE PLAN ESTRATÉGICO PARA "LA COMPAÑIA  
LIMITADA ELEVAl". UBICADA EN EL DISTRITO  
METROPOLITANO DE QUITO, PERIODO 2012 AL 2016."

**EGRESADOS:** Jiménez Andrade Piedad Magdalena  
Povea Rivera Adriana de los Angeles

**CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS:**

Considerando que la Planificación Estratégica es una herramienta de diagnóstico, análisis y reflexión para la toma acertada de decisiones y que dada la importancia del tema que según las autoras radica en que las organizaciones hoy en día requieren contar de un plan estratégico que les permitan orientar sus actividades de forma coherente, eficiente, eficaz y efectiva, partiendo de la declaración de su Misión y Visión, hasta llegar al cumplimiento en el corto, mediano y largo plazo de los programas, proyectos y actividades fijadas en la propuesta, fortaleciendo las relaciones entre los distintos actores de la empresa, en búsqueda de su progreso. Por lo afirmado debo puntualizar que se cumplen con efectividad los objetivos planteados en la investigación, tanto el objetivo general así como también los específicos. Afirmación que la hago en razón de lo revisado en el desarrollo del tema.

**DEMOSTRACIÓN DE HIPÓTESIS:**

Las Hipótesis tanto general así como las específicas establecidas en el plan de tesis respectivamente han sido demostradas satisfactoriamente. La comprobación de las hipótesis se las demuestra en forma específica en el desarrollo de los diferentes capítulos y en forma general en las conclusiones y recomendaciones.

**METODOLOGÍA Y VARIABLES UTILIZADAS:**

En el desarrollo de la investigación: Los métodos, variables, indicadores, técnicas e instrumentos utilizados son los que responden y obedecen al tema, aplicándose de forma precisa al caso en particular.

**CONCORDANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES CON EL RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN:**

Las conclusiones a las que han llegado las autoras, responden al resultado de la investigación, además las recomendaciones guardan concordancia con las conclusiones, pudiendo ser estas acogidas por quienes están inmersos, o lo van a ser en esta temática de trascendental importancia, como instrumento de apoyo y análisis para tomar de manera acertada sus decisiones.

**NOTA: 9 (nueve)**

RECOMIENDA LA PUBLICACIÓN DE ESTA TESIS: SI NO ☒

RAZÓN DE LA PUBLICACIÓN:

DEPARTAMENTO DE TESIS: APRUEBA PUBLICACIÓN SI NO

PROFESOR: *Ing. Lenin Javier Tobar Cazares, MSc.*

FIRMA: 

FECHA: Quito, 29 de mayo del 2012



UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Telf. 2523211 - 2529129 - 2229358-Apartado 1088 Quito - Ecuador

DEPARTAMENTO DE TESIS

CALIFICACION DE TESIS DE GRADO

TITULO DE LA TESIS

Revisión de Plan Estratégico para la Empresa  
Ministerio Eleva, ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito,  
Período 2013 al 2016

EGRESADOS:

Jiménez Andrade Piedad Magdalena

Rivera Rivera Adriana de los Angeles

CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

La Tesis logra abordar el diagnóstico que le permite plantear la propuesta del Plan Estratégico para la Empresa ELEVAl dedicada a la fabricación, comercialización y mantenimiento de ascensores de potencia (China).

Analiza la situación de la empresa frente a la competencia y establece algunas posibilidades que debe superar para mantenerse en el mercado ante la competencia.

Mediante esta propuesta llega a formular la propuesta de Plan Estratégico de la Empresa ELEVAl que la posicionará bien en el mercado.

DEMOSTRACION DE HIPOTESIS

La Tesis demuestra que la Empresa ELEVAl requerirá oportunidades económicas para mejorar su desempeño, con una serie de productos y servicios mejorados. Lo que se logrará mediante la implementación de una estrategia de negocio y fundamentada en la competitividad por el cumplimiento de objetivos y la satisfacción de gestión en el corto y mediano plazo.

**METODOLOGÍA Y VARIABLES UTILIZADAS**

Método histórico, inductivo y deductivo

1. Tipo de producto
2. Rada de distribución
3. Precio
4. Promoción
5. Publicidad
6. Cliente
7. Consumidor

**CONCORDANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES CON EL RESULTADO DE LA INVESTIGACION**

El estudio es una propuesta viable que logrará de la empresa una operación de posicionamiento frente a la competencia con fuerzas de gestión adecuadas y exitosas en la consecución de las metas para convertirse en una empresa moderna.

**NOTA:**

10/10 puntos

RECOMIENDA LA PUBLICACION DE ESTA TESIS

SI

NO

**RAZON DE LA PUBLICACION**

DEPARTAMENTO DE TESIS: APRUEBA LA PUBLICACION

SI

NO

PROFESOR: Dr. Luis Romo Arellano

FIRMA



FECHA: Quito, 26 de noviembre de 2011

Quito, 18 de enero del 2012.

Econ:

Marco Posso Zumarraga.

**DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS DE LA  
UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR.**

Presente.

De Mi Consideración:

En calidad de profesora designada para la calificación de la Tesis intitulada: "PROPUESTA DE PLAN ESTRATEGICO PARA LA COMPAÑÍA LIMITADA ELEVAL, UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO- PERIODO 2012 AL 2016", presentado por las Señoritas Egresadas: Piedad Jiménez y Adriana Povea, previo a la obtención del título de Ingenieros en Finanzas. Adjunto a la presente comunicación, el formulario de calificación de Tesis, cuya nota es de nueve sobre diez.

Atentamente,



Econ. Tatiana Lara N. MBA

**PROFESOR DE LA FACULTAD.**





**UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR.  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS.**

**DEPARTAMENTO DE TESIS.**

**CALIFICACION DE GRADO.**

**TITULO DE LA TESIS: "PROPUESTA DE PLAN ESTRATEGICO  
PARA LA COMPAÑIA LIMITADA ELEVAl, UBICADA EN EL  
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERIODO 2012-AL  
2016"**

**EGRESADAS:** Piedad Jiménez.  
Adriana Povea.

Previo la obtención del título de Ingenieras en Finanzas.

#### **CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS.**

Los objetivos general y específicos planteados en la presente investigación, han sido cumplidos por las señoritas egresadas, al desarrollar cada uno de los capítulos que integran la presente Tesis.

#### **DEMOSTRACION DE HIPOTESIS:**

En el desarrollo de la investigación se han demostrado las hipótesis planteadas por las señoritas egresadas, ratificando que los diversos análisis de situación realizados en la empresa analizada busca mejorar su gestión en el corto, mediano y largo plazo.

#### **METODOLOGIA Y VARIABLES UTILIZADAS:**

La Metodología, que constituye una parte importante dentro del desarrollo de cualquier investigación, en esta Tesis se ha realizado un estudio de tipo descriptivo, complementando su análisis con una investigación de campo de tipo social, además se han realizado varios talleres participativos con los directivos y empleados de la empresa investigada y se ha realizado una investigación de tipo bibliográfica.

Las variables utilizadas son:

Planificación.  
Presupuesto.  
Rentabilidad.

Los Indicadores planteados son:

Número de Proyectos realizados en el año.  
% de las investigaciones realizadas.  
Balance General Proyectado.  
Estado de Resultados Proyectado.  
Flujo de Caja.  
Valor Actual Neto.  
Tasa Interna de Retorno.

#### **CONCORDANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES CON EL RESULTADO DE LA INVESTIGACION:**

En el presente trabajo de investigación, existe concordancia de las conclusiones y recomendaciones planteadas que se traducen en la propuesta de un Plan Estratégico para la Compañía Limitada Eleva de la ciudad de Quito, para el período 2012-2016 que será ejecutado por la empresa.

**NOTA: NUEVE**

**RECOMIENDA LA PUBLICACION DE LA TESIS: SI NO X**

Es un trabajo puntual de interés para el sector investigado.

**RAZON DE LA PUBLICACION:**

**DEPARTAMENTO DE TESIS: APRUEBA LA PUBLICACION**

**SI NO**

**PROFESOR:**

Econ. Tatiana Lara N. MBA

**FIRMA:**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Econ. Tatiana Lara N. MBA', enclosed within a large, loopy circular flourish.

**FECHA:**

18 de enero del 2012.



## INDICE DE CONTENIDO

<b>CAPÍTULO I</b>	<b>PAG.</b>
PLAN DE TESIS	
1.1. Planteamiento del problema	1
1.2. Justificación del tema	2
1.3. Importancia del tema	3
1.4. Delimitación del tema	3
1.4.1. Delimitación Espacial	3
1.4.2. Delimitación Temporal	4
1.5. Marco Teórico	4
1.5.1. Marco Conceptual	4
1.6. Objetivo General de la Investigación	10
1.6.1. Objetivos Específicos	10
1.7. Hipótesis General de la Investigación	11
1.7.1. Hipótesis Específicas	11
1.8. Métodos de la investigación	12
1.9. Variables e Indicadores	16
1.10. Técnicas e instrumentos de Investigación	17
1.11. Cronograma de Actividades	20
1.12. Plan analítico	21
<b>CAPÍTULO II</b>	<b>PAG.</b>
DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA	
COMPAÑÍA LIMITADA ELEVAL	
2.1. Antecedentes	25
2.2. Análisis Interno	25
2.2.1. Capacidad Administrativa	27
2.2.2. Capacidad Directiva	27
2.2.3. Capacidad Tecnológica	28
2.2.4. Capacidad Financiera	29
2.2.5. Capacidad Logística	53

<b>CAPÍTULO II</b>	<b>PAG.</b>
2.2.6. Capacidad de Recursos Humanos	57
2.3. Análisis Externo	66
2.3.1. Microambiente	66
2.3.1.1. Clientes	67
2.3.1.2. Proveedores	82
2.3.1.3. Competencia	87
2.3.1.4. Organismos de Control	91
2.3.2. Macro Ambiente	96
2.3.2.1. Factores Económicos	97
2.3.2.2. Factores Sociales	103
2.3.2.3. Factores Legales	104
2.3.2.4. Factores Políticos	105
2.3.2.5. Factores Ambientales	107
2.3.2.6. Factores Tecnológicos	108
2.4. Análisis FODA	109
2.5. Matriz de Impacto	114
2.6. Matriz de Vulnerabilidad	117
2.7. Matriz de Aprovechabilidad	118
2.8. Hoja de Trabajo FODA	119
2.9. Matriz de Estrategias	120
2.10. Marco Lógico	122
<b>CAPÍTULO III</b>	<b>PAG.</b>
DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO PARA LA COMPAÑÍA ELEVALL	
3.1. Matriz Axiológica	129
3.1.1. Principios	131
3.1.2. Valores	132
3.2. Misión	134
3.3. Visión	135
3.4. Objetivos	137
3.4.1. Objetivo General	137

<b>CAPÍTULO III</b>	<b>PAG.</b>
3.4.2. Objetivos Específicos	139
3.5. Estrategias	140
3.6. Políticas	142
3.6.1. Políticas de Compras	145
3.6.2. Políticas de Atención al Cliente	145
3.6.3. Políticas de Personal	147
3.7. Mapa Estratégico	148
<b>CAPÍTULO IV</b>	<b>PAG.</b>
PLAN TÁCTICO, PLAN OPEATIVO E INDICADORES DE GESTIÓN PARA LA EMPRESA “ELEVAL CÍA. LTDA.”	
4.1. Preparación del Plan Táctico	149
4.2. Elementos de la Planeación Táctica	151
4.3. Objetivos	155
4.4. Tácticas	156
4.5. Programas Tácticos	158
4.6. Presupuestos	159
4.7. Plan operativo o de acción	172
4.8. Indicadores de Gestión	174
4.8.1. Indicadores de Gestión Corporativos	175
4.8.2. Indicadores de Gestión por unidades estrategias del negocio	176
4.8.3. Indicadores de Gestión por unidad operativa	177
<b>CAPÍTULO V</b>	<b>PAG.</b>
Conclusiones y Recomendaciones	181
Anexos	184
Bibliografía	200

## INDICE DE ANEXOS

<b>ANEXO</b>	<b>DETALLE</b>	<b>PAG.</b>
1	Croquis de la ubicación de la compañía	185
2	Datos Generales	186
3	Productos que ofrece	187
4	Tramites en la Superintendencia	189
5	Proforma Diseño de Página Web	190
6	Proforma Suministros	191
7	Proforma el comercio	192
8	Proforma SECAP	193
9	Proforma el portal	196
10	Proforma el portal	197
11	Costo Páginas Amarillas	198
12	Proforma Licencia de programas	199

## INDICE DE TABLAS

<b>TABLA</b>	<b>DETALLE</b>	<b>PAG.</b>
1	Matriz de metodología	15
2	Cuadro metodológico	16
3	Técnica, Instrumento, Capítulo	19
4	Cronograma de actividades	20
5	Análisis Horizontal de los Balances de Situación	31
	Inicial	
6	Análisis Horizontal de los Estados de Pérdidas y	34
	Ganancias	
7	Índice de capital de trabajo	42
8	Índice de solvencia	43
9	Índice de liquidez	44
10	Índice de cobro	45
11	Estructura financiera de la Cía. Ltda. ELEVAL	46
12	Razón corriente	46
13	Razón patrimonio	47
14	Margen de costo de venta	48
15	Margen de utilidad bruta	49
16	Margen de utilidad neta	50
17	Utilidad sobre activo total	51
18	Utilidad neta sobre patrimonio	52
19	Cadena de valor en el proceso logístico	56
20	Total clientes de la Cía. Ltda. ELEVAL	67

<b>TABLA</b>	<b>DETALLE</b>	<b>PAG.</b>
21	Listado de clientes de la Cía. Ltda. ELEVAL	68
22	Determinación de la muestra para encuesta	69
23	Resultado de encuesta, pregunta 1	72
24	Resultado de encuesta, pregunta 2	73
25	Resultado de encuesta, pregunta 3	74
26	Resultado de encuesta, pregunta 4	75
27	Resultado de encuesta, pregunta 5	76
28	Resultado de encuesta, pregunta 6	77
29	Resultado de encuesta, pregunta 7	78
30	Resultado de encuesta, pregunta 8	79
31	Resultado de encuesta, pregunta 9	80
32	Resultado de encuesta, pregunta 10	81
33	Lista de compañías legalmente registradas en la Superintendencia de Compañías - Competencia	89
34	Competencia en porcentaje	90
35	Porcentajes de aportación al IESS	96
36	Inflación	98
37	Tasa de interés activa	100
38	Tasa de interés pasiva	101
39	Riesgo País	106
40	Fortalezas	110
41	Debilidades	110
42	Oportunidades	111
43	Amenazas	112
44	Matriz FODA – Puntuación General	113
45	Matriz de Impacto Interna	114
46	Matriz de Impacto Externa	115
47	Matriz de Vulnerabilidad	117
48	Matriz de Aprovechabilidad	118
49	Hoja de Trabajo FODA	119
50	Matriz de Estrategias	120
51	Estructura de la Matriz del Marco lógico	125
52	Matriz Axiológica	129
53	Tabla para la elaboración de la misión	134
54	Tabla para la elaboración de la visión	135
55	Objetivos Específicos	139
56	Estrategias	140
57	Resultados Esperados	149
58	Planeación de Tácticas - Definiciones	151

<b>TABLA</b>	<b>DETALLE</b>	<b>PAG.</b>
59	Objetivos	155
60	Tácticas	156
61	Programas Tácticas	158
62	Presupuestos	159
63	Indicadores de Gestión Corporativos	175
64	Indicadores de Gestión por unidades estratégicas del negocio.	176
65	Indicadores de Gestión por unidad operativa	177
66	Cálculo del VAN	179

## INDICE DE GRAFICOS

<b>GRÁFICO</b>	<b>DETALLE</b>	<b>PAG.</b>
1	Análisis situacional de una organización	26
2	Índice de capital de trabajo	42
3	Índice de solvencia	43
4	Índice de liquidez	44
5	Índice de cobro	45
6	Razón corriente	46
7	Razón patrimonio	47
8	Margen de costo de ventas	48
9	Margen de utilidad bruta	49
10	Margen de utilidad neta	50
11	Utilidad sobre el activo total	51
12	Utilidad neta sobre patrimonio	52
13	Organigrama Estructural	60
14	Organigrama Funcional	61
15	Resultado de encuesta, pregunta 1	72
16	Resultado de encuesta, pregunta 2	73
17	Resultado de encuesta, pregunta 3	74
18	Resultado de encuesta, pregunta 4	75
19	Resultado de encuesta, pregunta 5	76
20	Resultado de encuesta, pregunta 6	77
21	Resultado de encuesta, pregunta 7	78
22	Resultado de encuesta, pregunta 8	79
23	Resultado de encuesta, pregunta 9	80
24	Resultado de encuesta, pregunta 10	81
25	Inflación	98

<b>GRÁFICO</b>	<b>DETALLE</b>	<b>PAG.</b>
26	Tasa de interés activa	99
27	Tasa de interés pasiva	101
28	Riesgo País	106
29	Árbol de problemas	12
30	Análisis de objetivos	123
31	Estructura analítica del proyecto	124
32	Principios	130
33	Valores	130
34	Mapa Estratégico	148
35	Estructura plan estratégico	150
36	Diagrama de proceso de atención de quejas	168

**PROPUESTA DE PLAN ESTRATÉGICO PARA “LA  
COMPAÑÍA LIMITADA ELEVAL”, UBICADA EN EL  
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERÍODO  
2012 AL 2016.**

**STRATEGIC PLAN PROPOSAL TO “ELEVAL LIMITED  
COMPANY”, LOCATED IN THE METROPOLITAN  
DISTRICT OF QUITO, PERIOD 2012 TO 2016.**

**RESUMEN EJECUTIVO**

La tesis está constituida por cinco capítulos: Capítulo I contiene los objetivos que persigue, e hipótesis que se presumen, y la metodología que se aplica en la investigación; Capítulo II contiene antecedentes de su creación, se realiza un análisis interno y externo para diagnosticar la situación actual y detectar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; Capítulo III se diseña el direccionamiento estratégico del plan, se establecen principios, valores, misión, visión, objetivos, políticas y estrategias; Capítulo IV contiene el plan operativo, donde se señala acciones a realizar, identifica responsables, presupuestos, fuentes de financiamiento y metas a alcanzar; Capítulo V contiene las principales conclusiones sobre las cuales se han realizado las respectivas recomendaciones.

**PALABRAS CLAVES**

PROPUESTA/PLAN/ESTRATÉGICO/PARA/COMPAÑÍA/ELEVAL



## **ABSTRACT**

The thesis consists of five chapters: Chapter I contains the objectives, and hypothesis that are presumed, and the methodology used in research; Chapter II contains a history of its creation, is performed internal and external analysis to diagnose the current situation and identify their strengths, weaknesses, opportunities and threats; Chapter III designing the strategic direction of the plan, setting out principles, values, mission, vision, objectives, policies and strategies; Chapter IV contains the operational plan, which outlines actions to be performed, identifies responsible, budgets, funding sources and targets to achieve; Chapter V contains the main conclusions which have been made with their respective recommendations.

## **KEYWORDS**

PROPOSAL/PLAN/STRATEGIC/FOR/COMPANY/ELEVAL

## **CAPITULO I**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El Planeamiento Estratégico, es uno de los temas gerenciales de mayor importancia en el competitivo entorno actual ya que ayuda a definir las directrices de las operaciones de la compañía; permite obtener ventajas en un entorno cambiante y permite enfrentarse a la competencia.

Durante mucho tiempo, una gran cantidad de empresarios y directivos opinaron que planificar en épocas de incertidumbre y cambios constantes era una posición ingenua. Otros entendían que, ante contextos tan cambiantes y poco predecibles, resultaba prácticamente imposible planificar siquiera a un año vista y que aquella era una simple excusa para quienes sólo deseaban ejercer control. Algunos opinan que dada la complicación de su implementación lleva demasiado tiempo implementarlo, por lo tanto no es suficientemente ágil para acompañar la gestión de las empresas en la actualidad.

Muchos otros se preguntaron qué otra alternativa superadora disponían. Así, en vez de oponerse, decidieron poner en práctica este instrumento y hoy lo emplean por convencimiento y utilidad genuina en su gestión empresarial. En realidad descubrieron que no era “la herramienta”, lo más importante. Se dieron cuenta que lo trascendental era “lograr pensar estratégicamente”. Las formas se adaptan entonces.

Opinan que trabajar con criterios estratégicos y utilizar una metodología probada en su empresa se transforma en un elemento “ligante” de los acuerdos de acción establecidos entre las distintas gerencias y áreas de la compañía. Reduce la inseguridad, cambia el criterio de “ver qué hacer

cuando las cosas sucedan”, por el “saber qué hacer para que las cosas ocurran”, compromete a todos los participantes en “el armado” del propio futuro, pudiendo prepararse para aprovechar los riesgos como factores de oportunidad controlada. Los gerentes que incorporan el pensamiento estratégico como rutina de gestión directiva, algo que lleva tiempo y esfuerzo, desarrollan la capacidad y la potencialidad de conocer dónde quieren invertir y poner sus esfuerzos para construir, paso a paso, su propio futuro.

La empresa ELEVALL CIA. LTDA., durante todos sus años de funcionamiento no ha contado con la herramienta fundamental que es el Plan Estratégico desarrollándose en función de decisiones no planificadas.

La empresa se enfoca al transporte vertical, ofreciendo servicios de mantenimiento, reparación, modernización, venta de ascensores y repuestos, representada por la marca KOYO.

El éxito de los negocios se basa primordialmente en la velocidad y el crecimiento, con ventajas competitivas, para el aceleramiento de su crecimiento, y sobre todo atiende eficazmente a sus clientes, contando con infraestructura tecnológica de alta calidad.

## **1.2 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA**

Toda empresa necesita de un Plan Estratégico esto permite definir la dirección que tomará, así como implementar proyectos, políticas de operación.

La Planificación Estratégica es una herramienta clave en el establecimiento de objetivos a corto, mediano y a largo plazo, la adecuada utilización de esta herramienta nos permitirá tomar mejores decisiones y a la creación de una Ventaja Competitiva que permita que la Compañía Limitada ELEVALL se desarrolle eficientemente.

Para nuestra investigación contamos con la colaboración de todo el grupo empresarial ELEVAL, los cuales nos proveerán de toda la información necesaria para la elaboración del Plan estratégico.

La compañía Limitada ELEVAL está en la imperiosa necesidad de generar un Plan Estratégico financiero que le permita tener el camino definido y claro para poder conseguir nuevos objetivos y metas además de seguir desempeñándose eficientemente con sus clientes actuales y la oportunidad de incorporar otros a su portafolio.

### **1.3 IMPORTANCIA DEL TEMA**

Actualmente la economía del país lleva a que las empresas tomen en serio el papel de ser competitivos y permanecer con un alto grado de productividad, debido a que toda empresa debe estar preparada frente a la competencia y posibles crisis, para no ser desplazados del mercado al que pertenecen.

Con este Plan Estratégico se pretende obtener las ventajas y beneficios de carácter económico, financiero y de gestión empresarial, para lograr un mejoramiento y optimización de la empresa.

### **1.4 DELIMITACIÓN DEL TEMA**

#### **1.4.1 Delimitación Espacial**

El sujeto directo de este proyecto de tesis es la empresa ELEVAL CIA. LTDA., la cual se dedica a la prestación de servicios de transporte vertical de ascensores, brinda servicios de instalación, modernización, mantenimiento, y reparación de ascensores. Se encuentra ubicada actualmente en la ciudad de Quito en la Av. 10 de Agosto N26-52 y Ascázubi, Edificio Proaño, Piso 3, Oficina. 5.

### **1.4.2 Delimitación Temporal**

La investigación a desarrollar tendrá la característica de límite transversal por cuanto su estudio se enmarca en un período determinado de tiempo y obedece básicamente a un estudio de 1 año a realizarse entre el año 2010 al 2011. La propuesta será construida para que su ejecución sea dentro de cuatro años. Periodo 2012-2016.

## **1.5 MARCO TEORICO**

Para el desarrollo de nuestra investigación nos serán útiles el análisis de los Estados Financieros que nos muestran la situación actual y la trayectoria histórica de la empresa, de esta manera podemos anticiparnos, iniciando acciones para resolver problemas y tomar ventaja de las oportunidades.

Los Indicadores Financieros obtenidos en el análisis nos sirven para preparar Estados Financieros Proyectados, en base a la realidad.

También será de gran importancia el análisis del entorno económico general en el que se desenvuelve la empresa, para esto utilizaremos el análisis FODA que nos servirá para determinar la competitividad de la empresa en el mercado.

### **1.5.1 MARCO CONCEPTUAL**

#### **Plan Estratégico**

El plan estratégico es un documento en el que los responsables de una organización (empresarial, institucional, no gubernamental, deportiva,...) reflejan cual será la estrategia a seguir por su compañía en el medio plazo. Por ello, un plan estratégico se establece generalmente con una vigencia que oscila entre 1 y 5 años.

Se entiende por planeación estratégica empresarial, el diseño de estrategias para que las empresas tengan capacidad de adaptarse a las

condiciones cambiantes y poder tener acceso, ganar y mantenerse en los nuevos mercados.

Las estrategias de negocios de una empresa deben ser delineadas sobre la base de las necesidades específicas de un grupo meta definido en el mercado.

A veces será empleada una estrategia de afuera hacia adentro, en donde la estructura interna asegure una ejecución efectiva y exitosa de las estrategias de negocios.

La planeación estratégica debe orientarse a la innovación y generación de nuevas propuestas.

Estamos en la era de la creatividad, marcada por el desarrollo de la tecnología y el conocimiento, en donde la investigación y la generación de ideas son parte fundamental de la planeación estratégica.

### **Análisis FODA**

El análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica utilizada por empresas, que busca literalmente identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en el negocio.

El análisis FODA utiliza información tanto del medio interno como del medio externo de la empresa (incluidas las empresas de competencia). Puede ser utilizado aplicándolo a cualquier particularidad, ya sea un producto, mercado, corporación, empresa, etc. La información obtenida de un análisis FODA es de mucha utilidad para todo lo relacionado con análisis o estrategias de mercados.

El objetivo primordial del análisis FODA es orientarlo hacia los factores que dirigen a una empresa o negocio determinado al éxito.

Por esta razón, y como se dijo anteriormente, se busca establecer con claridad y objetividad las fortalezas, oportunidades, debilidades y riesgos de tal manera de poder evaluar correctamente la situación actual de un negocio, y poder tomar las acciones necesarias para lograr los objetivos de la organización.

### **Competitividad**

“La competitividad en el mundo actual se define como la capacidad de generar una mayor producción al menor costo posible”. De acuerdo a la anterior definición se establece que la competitividad posee características muy ligadas con la producción, es decir la competitividad es un proceso de aprendizaje, de experiencia que está ligado con un mercado, una sociedad, una empresa, el gobierno entre otros factores, esta no surge de repente, hoy en día la competitividad es un mecanismo de supervivencia, por lo consiguiente es indispensable tener una planificación estrategia a corto y largo plazo, la competitividad es calidad, innovación, tecnología, creación de nuevas ideas.

La competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo, y la productividad de los otros oferentes del mercado.

### **Productividad**

La productividad es la relación entre la producción obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción. También puede ser definida como la relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos: cuanto menor sea el

tiempo que lleve obtener el resultado deseado, más productivo es el sistema.

En realidad la productividad debe ser definida como el indicador de eficiencia que relaciona la cantidad de producto utilizado con la cantidad de producción obtenida.

La productividad evalúa la capacidad de un sistema para elaborar los productos que son requeridos y a la vez el grado en que aprovechan los recursos utilizados, es decir, el valor agregado. Una mayor productividad utilizando los mismos recursos o produciendo los mismos bienes o servicios resulta en una mayor rentabilidad para la empresa. Por ello, el sistema de gestión de la calidad de la empresa trata de aumentar la productividad.

### **Optimización**

En un entorno de incertidumbre económica es esencial que cada empresa aproveche al máximo sus recursos claves: las personas, para incrementar la eficacia de los empleados y con experiencia; el tiempo, para garantizar que los empleados se pueden dedicar a los servicios fundamentales de su empresa; y el dinero, para conseguir economías de escala sin la necesidad de costosas inversiones de capital.

### **Estrategia**

Se relaciona con el ámbito de actuación de la empresa, es decir, en qué negocios se compite, cuáles se abandonan y en cuáles se quiere entrar, delimitan el entorno específico y fijan los límites de la misma. Persigue adaptar la empresa a su entorno; ello requiere conocer las oportunidades y amenazas del mismo (análisis externo) y valorar los puntos fuertes y débiles de la empresa (análisis interno).



Pretende fijar la forma en que la empresa va a competir con otras empresas para vender sus productos y servicios alcanzando la máxima rentabilidad en el largo plazo (estrategia competitiva).

### **Diagnóstico**

Los Diagnósticos Financieros y evaluaciones estratégicas son estudios que tienen por objeto identificar y evaluar la condición financiera de la empresa, sobre la base de información financiera y de mercado proporcionada por la empresa u obtenida de fuentes públicas.

Los resultados y conclusiones de las evaluaciones van acompañados de nuestra opinión sobre el desarrollo futuro de la compañía y sirven como sustento para el proceso de toma de decisión por parte de su directorio en cuanto a definir una estrategia corporativa o de financiamiento.

### **Proyección**

Documento que refleja contablemente, el plan económico de una empresa basándose en escenarios macroeconómicos y la posición de la empresa en el mercado.

Identificar áreas de oportunidad de desarrollo empresarial para los miembros de nuestra comunidad y del entorno, mediante proyectos de investigación, diagnóstico, asesoría y capacitación empresarial e industrial, en el ámbito local, regional, nacional y global.

### **Rentabilidad**

La rentabilidad es la obtención de beneficios o ganancias provenientes de una inversión o actividad económica.

Se suele calcular como:

(Todos los ingresos - todas las pérdidas) - capital invertido.

A la rentabilidad se la suele expresar en porcentaje. Por ejemplo, una rentabilidad del 50% indica que por cada peso invertido, se obtuvieron de retorno \$ 1,5. Si hablamos de una rentabilidad del 200%, por cada peso invertido, hay 3 pesos de retorno.

La rentabilidad de una empresa es una señal de su salud económica.

### **Punto de Equilibrio**

Punto de equilibrio es un concepto de las finanzas que hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos. Esto supone que la empresa, en su punto de equilibrio, tiene un beneficio que es igual a cero (no gana dinero, pero tampoco pierde).

En el punto de equilibrio, por lo tanto, una empresa logra cubrir sus costos. Al incrementar sus ventas, logrará ubicarse por encima del punto del equilibrio y obtendrá beneficio positivo.

En cambio, una caída de sus ventas desde el punto de equilibrio generará pérdidas.

La estimación del punto de equilibrio permitirá que una empresa, aún antes de iniciar sus operaciones, sepa qué nivel de ventas necesitará para recuperar la inversión.

En caso que no llegue a cubrir los costos, la compañía deberá realizar modificaciones hasta alcanzar un nuevo punto de equilibrio.

### **Metas**

Las metas de la administración financiera son: Maximizar el valor de la empresa. Esto se puede lograr, aumentando el valor de las acciones de la empresa. Nos podemos dar cuenta, de que la empresa realmente alcanza sus metas, o que logro un éxito, en sus utilidades, en el mercado, sucursales, etc.

La utilidad le da valor a las acciones, para tener una buena utilidad se debe ampliar el mercado, dar mantenimiento a la empresa (activos fijos principalmente), comprar la materia prima para nuestra producción, etc.

Si esto la empresa lo sigue al pie de la letra, podemos asegurar que la empresa tiene futuro, por tanto los accionistas invertirán más en nuestra empresa por que la ven fuerte económicamente hablando.

## **1.6 OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACION**

Diseñar la propuesta de plan estratégico para la Compañía Limitada ELEVAL, ubicado en el distrito metropolitano de Quito, período 2012 al 2016.

### **1.6.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Realizar la caracterización y el diagnóstico de la situación actual de la Compañía Limitada ELEVAL, determinando los lineamientos básicos que contribuyan al desarrollo de un plan estratégico.
- Determinar el Direccionamiento Estratégico de la Compañía Limitada ELEVAL, definiendo hacia dónde queremos ir, tomando como punto de partida la misión por la cual fue creada la organización y donde estamos ahora.
- Construir el Plan Táctico, Planes Operativos e Indicadores de Gestión para la Compañía Limitada ELEVAL, construyendo estrategias a mediano plazo que al considerarlos en un plan, permitirá la consecución de los objetivos, definiendo líneas de acción, en áreas específicas de la organización.

## **1.7 HIPOTESIS GENERAL DE LA INVESTIGACION**

La propuesta de un plan estratégico para la Compañía Limitada ELEVAL, ubicado en el distrito metropolitano de Quito, período 2012 al 2016, es una herramienta que le permitirá orientar a la empresa hacia oportunidades económicas atractivas para ella y para la sociedad, precisando su misión y visión, definiendo sus objetivos, elaborando sus estrategias de desarrollo y manteniendo una estructura racional en su cartera de productos y mercados.

### **1.7.1 HIPOTESIS ESPECIFICAS**

- El desarrollar la caracterización y el diagnóstico de la situación actual de la Compañía Limita ELEVAL, permitirá determinar los lineamientos básicos que contribuirán a la construcción del plan estratégico.
- El determinar el Direccionamiento Estratégico para la empresa “ELEVAL CIA. LTDA”, permitirá responder de forma clara y precisa a preguntas: Qué se debe hacer? ¿Hacia dónde vamos? y ¿Cómo se debe llegar hasta allá?
- El contar con el Plan Táctico, Planes Operativos e Indicadores de Gestión para la empresa “ELEVAL CIA. LTDA”, que identifique programas, proyectos y actividades realizables en el espacio y en el tiempo, se constituye en un válido instrumento para la acertada dirección de la empresa ELEVAL CIA. LTDA, ubicado en la ciudad de Quito, periodo 2012 al 2016.

## **1.8 METODOS DE INVESTIGACIÓN**

- **METODO HISTORICO**

Parte de la investigación de los acontecimientos, “Sensación, Percepción, imagen, concepto hacia la idea”, personas, instituciones, empresas, corporaciones, etc.; con relación a un determinado tiempo y lugar, recogiendo datos veraces, criticándolos y sintetizándolos orgánicamente hasta establecer la verdad histórica. Lo que nos ayudó para concluir con la formulación de una propuesta.

Este método utilizaremos en el Capítulo II ya que analizaremos datos históricos de la empresa ELEVAL CIA. LTDA., para de esta forma llegar a la situación actual.

- **METODO DEDUCTIVO**

El método deductivo es el que va de lo general a lo particular, de lo abstracto a lo concreto, es así que a partir de la síntesis llega a la integración de las partes, a la globalización.

Este método lo utilizaremos en Capítulo II, III, IV, donde realizaremos un análisis general de la Compañía Limitada ELEVAL para llegar a la factibilidad.

- **METODO INDUCTIVO**

Este método será utilizado en la medida que se realice el análisis de ciertos elementos y acontecimientos particulares de la Compañía Limitada ELEVAL, los que permitirán enunciar aspectos de carácter general de tal forma que se pueda llegar a conceptos e interpretaciones que sean válidas para toda la población.

El método inductivo es el que de lo particular a lo general, de lo concreto a lo abstracto, es decir que a través del análisis, descompone un todo en sus partes para formular principios, reglas y leyes.

Este Método lo utilizaremos en el Capítulo II, III, IV, ya que en este analizaremos todo lo referente a políticas de la Compañía por la vía legal.

- **METODO ANALITICO - SINTÉTICO**

Nos permite analizar los hechos o fenómenos que se involucran en la problemática, en procura de establecer soluciones y alternativas prudentes en la investigación científica.

Este método utilizaremos en el Capítulo IV, el cual nos permitirá descubrir la necesidad de la Compañía Limitada ELEVAL.

- **METODO ESTADISTICO**

Cando aplicamos la herramienta estadística lo que estamos investigando quiere decir que nos alejamos de lo intuitivo y entramos en el campo de la racionalidad, y siempre existirá una alternativa mejor que otra, debido a sus consecuencias en ciertas circunstancias o condiciones.

Este método se lo realiza recopilando, interpretando datos numéricos por medio de la búsqueda de los mismos.

Si la decisión se toma utilizando método estadístico, el resultado puede ser racional ya que un proceso de investigación supone:

1. Acotar el problema
2. Determinar los parámetros según el conocimiento de la población
3. Aplicar un método de herramientas de análisis
4. Preguntarnos por la relación o asociación entre las variables en estudio. El resultado final puede coincidir con las apreciaciones intuitivas o puede diferir de ellas.

A través del levantamiento de algunos indicadores nos permitirá ir midiendo y controlando las operaciones que generan los procesos para de esta manera detectar errores, cuellos de botella, ampliación de controles entre otros.

Este método lo vamos a utilizar en el Capítulo II y III, el cual nos permitirá recopilar información mediante entrevistas, encuestas realizadas a funcionarios, empleados y clientes de la Compañía Limitada ELEVAL.

- **METODO DE OBSERVACIÓN**

Es la acción de mirar detenidamente una cosa para asimilar en detalle la naturaleza investigada, su conjunto de datos, hechos y fenómenos. Se utilizará en el capítulo II y III.

- **MATRIZ DE METODOLOGIA**

**TABLA No1**

<b>METODOS</b>	<b>CAPITULOS</b>
Método Histórico	Capítulo II
Método Deductivo	Capítulo II, III,IV
Método Inductivo	Capítulo II,III,IV
Método Analítico / Sintético	Capítulo IV
Método Estadístico	Capítulo II , III
Método de Observación	Capítulo II, II

Elaborado: Por las autoras



## 1.9 VARIABLES E INDICADORES

**TABLA No2**  
**CUADRO METODOLOGICO**

VARIABLES	INDICADORES	OBSERVACIONES
Proyecto	Presupuesto Estados Financieros Detalle de Inversiones	Elaborar análisis financiero y Proyecciones
Producto	Estacionalidad Costo Proveedores Cartera de productos Diferenciación de Productos Marca Presentación	Estudiar alternativas de proveedores. Adquirir productos de innovación tecnológica. Ofrecer variedad en productos en todas las marcas.
Plaza	Ubicación del Punto de Venta	Determinar si la ubicación del punto de venta es la adecuada.
Precio	Costos de distribución Gastos Beneficios o margen de ganancia a obtener. Competencia	Análisis de costos y gastos.
Promoción	Ventas	Determinar si existe incremento de ventas con las promociones y la publicidad.
Cliente	Clase social Nivel económico Nivel de educación Periodicidad de la compra	Estudio del cliente, realizar encuestas.
Segmento	Edificios Centros comerciales Almacenes	Determinar el segmento al que se vende los productos y a quienes se quiere llegar.
Consumo	Preferencias Periodicidad de la compra	Determinar las preferencias del cliente.

Elaborado: Por las autoras

## 1.10 TECNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Las técnicas de investigación que vamos a utilizar son fundamentalmente documentales como:

- **Entrevistas.-** Es un porcentaje verbal de una persona con el fin de obtener información acerca de su conducta o experiencias a las cuales ella ha estado expuesta.
- **Observación Directa.-** Esta técnica nos permite reafirmar de una manera directa las aseveraciones y preguntas formuladas a los sujetos de estudio.
- **Talleres.-** Un taller consiste en la reunión de un grupo de personas que desarrollan funciones o papeles comunes o similares, para estudiar y analizar problemas y producir soluciones de conjunto. El taller combina actividades tales como trabajo de grupo, sesiones generales, elaboración y presentación de actas e informes, organización y ejecución de trabajos en comisiones, investigaciones y preparación de documentos.

Entre las ventajas del taller se encuentran las de desarrollar el juicio y la habilidad mental para comprender procesos, determinar causas y escoger soluciones prácticas.

Es un modo de organizar la actividad que favorece la participación y propicia que se comparta en el grupo lo aprendido individualmente, estimulando las relaciones horizontales en el seno del mismo.

El taller es un modo de organizar la actividad que favorece la iniciativa de los participantes para buscar soluciones a los interrogantes planteados en los aprendizajes propuestos, estimulando el desarrollo de su creatividad.

- **Encuestas.-** Por medio de su aplicación se recopilará la información de los clientes y los directivos de la organización sobre lo relacionado a los servicios que ofrece ELEVAL CIA. LTDA.
- **Fichaje.-** Es una técnica auxiliar de todas las demás técnicas empleada en investigación científica; consiste en registrar los datos que se van obteniendo en los instrumentos llamados fichas, las cuales, debidamente elaboradas y ordenadas contienen la mayor parte de la información que se recopila en una investigación por lo cual constituye un valioso auxiliar en esa tarea, ahorra mucho tiempo, espacio y dinero.
- **Cuestionario.-** Es un instrumento básico de la observación en la encuesta y en la entrevista. En el cuestionario se formula una serie de preguntas que permiten medir una o más variables. Posibilita observar los hechos a través de la valoración que hace de los mismos el encuestado o entrevistado, limitándose la investigación a las valoraciones subjetivas de éste.

**TABLA No. 3**

<b>TÉCNICA</b>	<b>INSTRUMENTO</b>	<b>CAPÍTULO</b>
Entrevista	Banco de preguntas	Capítulo II, III
Encuesta	Formulario o Cuestionario	Capítulo II
Grupos Focales	Talleres de diagnóstico situacional	Capítulo II, III, IV
Observación Directa	Ffichas – fotografías - Gráficos – Cuadros	CAPITULO II CAPITULO IV

Elaborado: Por las autoras

## 1.11 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

**TABLA No. 4**

<b>TIEMPO</b>	<b>MES</b>	<b>MES</b>	<b>MES</b>	<b>MES</b>	<b>MES</b>	<b>MES</b>	<b>MES</b>	<b>MES</b>	<b>MES</b>	<b>MES</b>	<b>MES</b>
<b>ACTIVIDAD</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>
Búsqueda de datos informativos	X										
Elaboración de Tesis y Aprobación		X									
Revisión del Capítulo II y Elaboración del Capítulo III			X	X							
Revisión del Capítulo III y Elaboración del Capítulo IV					X	X					
Revisión del IV y Elaboración del Capítulo V							X	X			
Revisión del Capítulo V y Entrevistas									X		
Corrección y aprobación de la Tesis										X	
Defensa de Tesis											X

Elaborado: Por las autoras

## **1.12 PLAN ANALÍTICO**

### **PLAN DE TESIS**

**PROPUESTA DE PLAN ESTRATEGICO PARA LA COMPAÑÍA  
LIMITADA ELEVALL, UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE  
QUITO, PERIODO 2012 AL 2016.**

### **CAPITULO I**

1. Planteamiento del problema
2. Justificación
3. Importancia
4. Delimitación del Tema
  - 4.1. Delimitación Espacial
  - 4.2. Delimitación Temporal
5. Marco Teórico
6. Objetivo General
  - 6.1. Objetivos Específicos
7. Hipótesis General
  - 7.1. Hipótesis Específicas
8. Métodos de Investigación
9. Variables e Indicadores
10. Técnicas e instrumentos de investigación
11. Plan Analítico
12. Bibliografía
13. Cronograma de Trabajo

## **CAPITULO II**

### **DIAGNOSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA COMPAÑÍA LIMITADA ELEVAL.**

- 2.1 Antecedentes
- 2.2 Análisis Interno
  - 2.2.1 Capacidad Administrativa
  - 2.2.2 Capacidad Directiva
  - 2.2.3 Capacidad Tecnológica
  - 2.2.4 Capacidad Financiera
  - 2.2.5 Capacidad Logística
  - 2.2.6 Capacidad de RRHH
- 2.3 Análisis Externo
  - 2.3.1 Microambiente
    - 2.3.1.1 Clientes
    - 2.3.1.2 Proveedores
    - 2.3.1.3 Competencia
    - 2.3.1.4 Organismos de Control
  - 2.3.2 Macro ambiente
    - 2.3.2.1 Factores Económicos
    - 2.3.2.2 Factores Sociales
    - 2.3.2.3 Factores Legales
    - 2.3.2.4 Factores Políticos
    - 2.3.2.5 Factores Ambientales

#### 2.3.2.6 Factores Tecnológicos

- 2.4 Análisis FODA
- 2.5 Matriz de Impacto
- 2.6 Matriz de Vulnerabilidad
- 2.7 Matriz de Aprovechabilidad
- 2.8 Hoja de trabajo FODA
- 2.9 Matriz de estrategias
- 2.10 Marco Lógico

### **CAPÍTULO III**

#### **DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO PARA LA COMPAÑÍA LIMITDA ELEVAL.**

- 3.1 Matriz Axiológica
  - 3.1.1 Principios
  - 3.1.2 Valores
- 3.2 Misión
- 3.3 Visión
- 3.4 Objetivos
  - 3.4.1 Objetivo General
  - 3.4.2 Objetivos Específicos
- 3.5 Estrategias
- 3.6 Políticas
  - 3.6.1 Políticas de Compras
  - 3.6.2 Políticas de Atención al Cliente
  - 3.6.3 Políticas de Personal
- 3.7 Mapa Estratégico



## **CAPÍTULO IV**

### **PLAN TÁCTICO, PLAN OPERATIVO E INDICADORES DE GESTIÓN PARA LA COMPAÑÍA LIMITADA ELEVALL.**

- 4.1 Preparación del Plan Táctico.
- 4.2 Elementos de la Planeación Táctica.
- 4.3 Objetivos
- 4.4 Tácticas
- 4.5 Programas tácticos
- 4.6 Presupuestos
- 4.7 Plan Operativo o Plan de Acción
- 4.8 Indicadores Gestión.
  - 4.8.1 Indicadores de Gestión Corporativos.
  - 4.8.2 Indicadores de Gestión por unidades estratégicas de negocio.
  - 4.8.3 Indicadores de Gestión por unidad operativa.

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

- 5.1 Conclusiones
- 5.2 Recomendaciones.

## **CAPITULO II**

### **DIAGNOSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA COMPAÑÍA LIMITADA ELEVAL**

#### **2.1 ANTECEDENTES**

El análisis histórico nos permite realizar proyecciones tanto de la demanda como la oferta para de esta manera tomar decisiones de la capacidad comercial y obtener proyecciones sobre los ingresos.

La Compañía Limitada ELEVAL se inició en el año 2003 en la ciudad de Quito, con un capital de \$20.312,21 dólares, está conformada por tres socios, dos técnicos, un vendedor y un contador.

La Compañía Limitada ELEVAL brinda el servicio de instalación modernización, mantenimiento, reparación de ascensores y venta de repuestos, es una empresa que se ha destacado por su servicio personalizado, sus proveedores son de primera categoría que cumplen con normas internacionales de seguridad y garantía.

Los ascensores y repuestos son ensamblados en China con tecnología japonesa y alemana.

La compañía está conformada por un personal técnico, y administrativo calificado.

#### **2.2 ANÁLISIS INTERNO**

El análisis de recursos y capacidades busca identificar el potencial de recursos y habilidades que posee la Compañía Limitada ELEVAL o a los que puede acceder y se enmarca dentro del denominado análisis estratégico interno de la organización.

GRÁFICO No1



Elaborado por: las autoras

Fuente: Curso Seminario de Planificación Estratégica

Econ. Lenin Tobar

### 2.2.1 CAPACIDAD ADMINISTRATIVA

En la capacidad administrativa se revisa como esta en el proceso administrativo (Planificación, Organización, Dirección y Control) a nivel global de la empresa.

El Departamento Administrativo de la compañía está conformado por la Administradora y un Contador General.

Su organización, planificación y control son básicos sin aplicación de conocimientos estratégicos y administrativos, en sus inicios esta administración básica le permitió mantenerse en el mercado pero no está preparada para competir con empresas similares, por lo que debe mejorar su capacidad administrativa.

### Conclusión

Se observa que la compañía no tiene una buena organización, planificación y control de sus recursos lo que representaría perdidas y aumento de costos, esto es una **Debilidad Alta**, por lo que la compañía debe corregir estas falencias.

### 2.2.2 CAPACIDAD DIRECTIVA

Es el que delega y supervisa el trabajo a desempeñar, deben tener conocimientos amplios del trabajo a realizar por los supervisados a fin de que lo hagan de tal forma que se llegue al fin deseado, también deben tener capacidad para crear trabajo en equipo, y lograr lo que desea su dirección.

La compañía está representada legalmente por el Gerente General, se desempeña de una manera adecuada pero necesita contar con conocimientos administrativos más amplios que le permitan dirigir a la empresa de una mejor manera.

## **Conclusión**

Es una **Debilidad Media** ya que no contar con amplios conocimientos de administración no permite que la empresa se desempeñe adecuadamente.

### **2.2.3 CAPACIDAD TECNOLÓGICA**

El uso de la tecnología en las empresas hoy en día es fundamental para lograr tener una estabilidad en el mercado y ser rentables además de que prácticamente sin el uso de estas herramientas los procesos de las organizaciones serían más complejos, y que el control de la información no sería la adecuada, esto provoca un grave problema para el desarrollo mismo de las empresas.

La tecnología tiene un rol muy importante en la Compañía Limitada ELEVAL ya que gracias a las comunicaciones vía e-mail las negociaciones con proveedores y clientes tanto nacionales como internacionales se agilitan. El contar con un servidor de Internet Banda ancha le brinda a la empresa la oportunidad de agilizar sus compras y ventas, y en el ámbito financiero mantenerse al día con el saldo de sus cuentas bancarias, pago de impuestos, planillas de servicios básicos, ya que estos pagos se pueden hacer directamente vía internet, lo que ahorra tiempo y esfuerzo.

La empresa utiliza un sistema contable llamado MONICA este programa permite realizar facturas, controlar el inventario, realizar listas de precios, tener un archivo de clientes, proveedores, manejar las cuentas por cobrar, las cuentas corrientes, la contabilidad básica de su compañía.

## **Conclusión**

La compañía cuenta con la tecnología necesaria para realizar sus negociaciones en línea, y contables esto representa una **Oportunidad Alta**, porque puede ir mejorando según la necesidad de la compañía.

## **2.2.4 CAPACIDAD FINANCIERA**

Se entiende por solvencia a la capacidad financiera de la empresa para cumplir sus obligaciones de vencimiento a corto plazo y los recursos con que cuenta para hacer frente a tales obligaciones, o sea una relación entre lo que una empresa tiene y lo que debe. Para que una empresa cuente con solvencia, debe estar capacitada para liquidar los pasivos contraídos, al vencimiento de los mismos y demostrar también mediante el estudio correspondiente que podrá seguir una trayectoria normal que le permita conservar dicha situación en el futuro.

### **Conclusión**

El aspecto financiero de la compañía será analizado mediante cuadros comparativos de balances de los años 2008, 2009, 2010, 2011 dentro del cual se podrá observar las diferentes variables que ha sufrido la compañía tanto en sus activos como pasivos.

En base al análisis realizado podemos decir que la Compañía Limitada ELEVAL tiene la capacidad de liquidar pasivos contraídos a corto., mediano y largo plazo para su desarrollo y crecimiento, además de tener liquidez y margen de utilidad de sus operaciones.

### **ANALISIS FINANCIERO**

El análisis financiero es una técnica matemática financiera, a través de la cual podemos determinar beneficios o pérdidas en los que se puede realizar una inversión o movimiento.

Uno de los objetivos es obtener resultados que apoye la toma de decisiones referente a actividades de inversión.

Entre sus fines más importantes podemos señalar:

Establecer razones o índices financieros derivados del Balance General.

Calcular utilidades o pérdidas.

Determinar la rentabilidad financiera.

En el presente trabajo realizaremos un análisis de estados financieros de los años 2008 al 2011.

A continuación se presenta el Estado de Situación Financiera de la Compañía Limitada ELEVAL, correspondiente a los años 2008, 2009, 2010, 2011.

### **Análisis Horizontal**

En el análisis horizontal, lo que se busca es determinar la **variación “absoluta” o “relativa”** que haya sufrido cada partida de los Estados Financieros en un periodo respecto a otro.

Determina cual fue el crecimiento o decrecimiento de una cuenta en un periodo determinado. Es el análisis que permite determinar si el comportamiento de la empresa en un periodo fue bueno, regular o malo.

A continuación se realizará el análisis Horizontal del Balance de Situación Inicial y del Estado de Resultados de los años 2008, 2009, 2010, 2011.

**COMPAÑÍA LIMITADA ELEVAL**  
**ANÁLISIS HORIZONTAL DE LOS BALANCES DE SITUACIÓN INICIAL**  
**AÑOS 2008, 2009, 2010,2011**

**TABLA No.5**

	<b>CUENTAS</b>	<b>31-12-08</b>	<b>VARIACIÓN</b>	<b>31-12-09</b>	<b>VARIACIÓN</b>	<b>31-12-10</b>	<b>VARIACIÓN</b>	<b>31-12-11</b>
	<b>ACTIVO</b>							
	<b>ACTIVO CORRIENTE</b>							
	Caja	3,075.87	23.20%	3,789.37	24.67%	4,724.05	45.28%	6,863.00
	Bancos	24,067.91	61.47%	38,863.33	59.54%	62,003.00	5.04%	65,128.00
	Cuentas por Cobrar	17,190.48	33.88%	23,014.83	14.07%	26,254.00	-20.23%	20,941.75
	<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>44,334.26</b>	<b>48.12%</b>	<b>65,667.53</b>	<b>41.59%</b>	<b>92,981.05</b>	<b>-0.05%</b>	<b>92,932.75</b>
	<b>ACTIVO FIJO</b>							
	Equipo de oficina	1,440.00	10.00%	1,584.00	0.00%	1,584.00	0.00%	1,584.00
(-)	Dep. Acumulada Equipo de Oficina	-144.00	109.72%	-302.00	52.65%	-461.00	34.27%	-619.00
	Equipo de Computación	1,100.00	109.09%	2,300.00	0.00%	2,300.00	0.00%	2,300.00
(-)	Dep. Acumulada Equipo de Computación	-363.00	209.09%	-1,122.00	67.65%	-1,881.00	21.64%	-2,288.00
	Muebles y Enseres	1,050.00	18.57%	1,245.00	0.00%	1,245.00	0.00%	1,245.00
(-)	Dep. Acumulada Muebles y Enseres	-105.00	193.89%	-308.58	65.60%	-511.00	39.73%	-714.00
	Herramientas	4,210.00	60.21%	6,745.00	0.00%	6,745.00	0.00%	6,745.00



	CUENTAS	31-12-08	VARIACIÓN	31-12-09	VARIACIÓN	31-12-10	VARIACIÓN	31-12-11
(-)	Dep. Acumulada Herramientas	-421.00	160.21%	-1,095.50	61.57%	-1,770.00	38.14%	-2,445.00
	<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>6,767.00</b>	<b>33.68%</b>	<b>9,045.92</b>	<b>-19.84%</b>	<b>7,251.00</b>	<b>-19.90%</b>	<b>5,808.00</b>
	<b>OTROS ACTIVOS</b>							
	Fondos de Garantía	0.00	100.00%	578.45	13.93%	659.00	1352.50%	9,572.00
	Gastos de Constitución	717.98	0.00%	717.98	0.00%	718.00	0.00%	718.00
(-)	Amortización Acum. Gastos de Constitución	-143.60	100.00%	-287.20	50.07%	-431.00	33.18%	-574.00
	<b>TOTAL OTROS ACTIVOS</b>	<b>574.38</b>	<b>75.71%</b>	<b>1,009.23</b>	<b>-6.27%</b>	<b>946.00</b>	<b>927.06%</b>	<b>9,716.00</b>
	<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>51,675.64</b>	<b>46.53%</b>	<b>75,722.68</b>	<b>33.62%</b>	<b>101,178.05</b>	<b>7.19%</b>	<b>108,456.75</b>
	<b>PASIVOS</b>							
	<b>PASIVO CORRIENTE</b>							
	Cuentas por pagar	13,966.99	24.88%	17,441.63	13.71%	19,833.00	-45.86%	10,738.00
	Participación Trabajadores	3,806.29	49.46%	5,688.70	37.49%	7,821.60	15.95%	9,069.43
	Obligaciones Impuesto a la renta por pagar	5,392.24	49.46%	8,058.99	37.49%	11,080.60	15.95%	12,848.36
	<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>23,165.52</b>	<b>34.64%</b>	<b>31,189.32</b>	<b>24.19%</b>	<b>38,735.20</b>	<b>-15.69%</b>	<b>32,655.79</b>
	<b>OTRAS CUENTAS POR PAGAR</b>	<b>5,678.00</b>	<b>18.02%</b>	<b>6,700.99</b>	<b>12.61%</b>	<b>7,545.66</b>	<b>27.23%</b>	<b>9,600.50</b>
	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>28,843.52</b>	<b>31.37%</b>	<b>37,890.31</b>	<b>22.14%</b>	<b>46,280.86</b>	<b>-8.70%</b>	<b>42,256.29</b>

	Cuentas	31-12-08	Variación	31-12-09	Variación	31-12-10	Variación	31-12-11
	<b>PATRIMONIO</b>							
	Capital	400.00	0.00%	400.00	0.00%	400.00	0.00%	400.00
	<b>Resultados</b>							
	Utilidad Acumulada	6,255.39	111.90%	13,255.39	60.35%	21,255.39	23.52%	26,255.39
	Utilidad Neta del Ejercicio	16,176.73	49.46%	24,176.98	37.49%	33,241.80	15.95%	38,545.07
	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>22,832.12</b>	<b>65.70%</b>	<b>37,832.37</b>	<b>45.11%</b>	<b>54,897.19</b>	<b>18.77%</b>	<b>65,200.46</b>
	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>51,675.64</b>	<b>46.53%</b>	<b>75,722.68</b>	<b>33.62%</b>	<b>101,178.05</b>	<b>6.21%</b>	<b>107,456.75</b>

**COMPAÑÍA LIMITADA ELEVAL**

**ANALISIS HORIZONTAL DE LOS ESTADOS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**  
AÑOS 2008, 2009, 2010, 2011

**TABLA No.6**

	CUENTAS	31-12-08	VARIACIÓN	31-12-09	VARIACIÓN	31-12-10	VARIACIÓN	31-12-11
	<b>INGRESOS</b>							
	<b>VENTAS</b>							
	Repuestos	49,959.00	18.25%	59,078.18	15.96%	68,508.87	21.54%	83,262.55
	Servicios	65,191.68	199.97%	195,555.29	14.18%	223,294.67	33.50%	298,099.90
(=)	<b>VENTAS NETAS</b>	<b>115,150.68</b>	121.13%	<b>254,633.47</b>	14.60%	<b>291,803.54</b>	30.69%	<b>381,362.45</b>
(-)	<b>COSTOS DE VENTAS</b>							
	Repuestos y Accesorios	7,560.00	192.92%	22,145.00	14.01%	25,248.21	14.00%	28,783.77
	Reparaciones	5,230.00	201.87%	23,412.00	13.98%	26,685.55	14.00%	30,421.40
	Equipos Modernización	9,449.78	472.76%	54,125.00	14.01%	61,707.43	14.00%	70,346.66
	Ascensores Nuevos	0.00	100.00%	19,550.00	-6.65%	18,250.11	217.48%	57,940.00
	<b>TOTAL COSTOS DE VENTAS</b>	<b>22,239.78</b>	436.12%	<b>119,232.00</b>	10.62%	<b>131,891.30</b>	42.16%	<b>187,491.83</b>
(=)	<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>92,910.90</b>	45.73%	<b>135,401.47</b>	18.10%	<b>159,912.24</b>	21.24%	<b>193,870.62</b>

	Cuentas	31-12-08	Variación	31-12-09	Variación	31-12-10	Variación	31-12-11
	<b>GASTOS</b>							
(-)	<b>GASTOS DE ACTIVIDADES</b>							
	Materiales	10,450.00	9.58%	11,451.00	14.01%	13,055.56	14.00%	14,883.10
	Combustible	1,450.00	-32.52%	978.45	15.10%	1,126.22	14.05%	1,284.50
	Herramientas	3,410.00	60.58%	5,475.65	14.18%	6,252.00	0.00%	6,252.00
	Repuestos y Accesorios	2,451.00	27.46%	3,124.00	14.28%	3,569.99	13.99%	4,069.28
	<b>Personal Técnico</b>							
	Remuneración Unificada	5,470.00	117.18%	11,880.00	0.00%	11,880.11	14.00%	13,543.00
	Movilización Personal	1,542.00	16.49%	1,796.20	13.39%	2,036.65	14.00%	2,321.77
	Bonificación empresa	0.00	100.00%	645.12	0.12%	645.90	13.79%	735.00
	Ropa de Trabajo	875.12	114.14%	1,874.00	0.00%	1,874.00	14.02%	2,136.75
	Servicios ocasionales	1,321.00	24.54%	1,645.12	13.55%	1,868.00	14.03%	2,130.00
	Seguros personal	854.65	45.21%	1,241.00	13.90%	1,413.55	13.98%	1,611.20
	Hospedaje	785.45	62.20%	1,274.00	14.69%	1,461.09	14.02%	1,666.00
	Alimentación	1,751.00	0.00%	1,751.00	0.01%	1,751.14	13.98%	1,996.00
	Comisiones	1,451.00	23.29%	1,789.00	13.81%	2,036.11	13.99%	2,321.00
	Viáticos	0.00	100.00%	1,412.00	13.67%	1,605.00	-21.71%	1,256.50
	Otros	875.56	11.31%	974.56	13.08%	1,102.00	13.97%	1,256.00
	<b>TOTAL GASTOS ACTIVIDADES</b>	<b>32,686.78</b>	<b>44.74%</b>	<b>47,311.10</b>	<b>9.23%</b>	<b>51,677.32</b>	<b>11.19%</b>	<b>57,462.10</b>

	Cuentas	31-12-08	Variación	31-12-09	Variación	31-12-10	Variación	31-12-11
(-)	<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>							
	Remuneración Unificada	6,210.00	112.56%	13,200.00	0.00%	13,200.00	14.00%	15,048.00
	Movilización Personal	789.54	13.92%	899.45	14.54%	1,030.25	14.03%	1,174.75
	Seguro personal	546.25	60.26%	875.41	14.92%	1,006.00	14.02%	1,147.00
	Bonificación empresa	0.00	100.00%	475.70	0.01%	475.75	13.72%	541.00
	Alimentación	754.89	0.00%	754.89	0.09%	755.55	14.08%	861.90
	Comisiones	1,985.45	-10.08%	1,785.41	-57.96%	750.67	-5.42%	710.00
	Otros	645.00	-15.06%	547.89	13.71%	623.00	-63.08%	230.00
	<b>TOTAL ADMINISTRATIVOS</b>	<b>10,931.13</b>	<b>69.60%</b>	<b>18,538.75</b>	<b>-3.76%</b>	<b>17,841.22</b>	<b>10.49%</b>	<b>19,712.65</b>
(-)	<b>GASTOS DE VENTAS</b>							
	Remuneración Unificada	2,294.72	35.96%	3,120.00	0.00%	3,120.00	84.39%	5,753.00
	Movilización Personal	645.10	8.20%	698.00	13.32%	791.00	14.03%	902.00
	Seguro personal	356.18	72.67%	615.00	13.01%	695.00	13.96%	792.00
	Alimentación	685.45	1.41%	695.14	3.58%	720.00	10.00%	792.00
	Comisiones vendedor	3,115.48	32.40%	4,125.00	44.25%	5,950.50	40.37%	8,352.70
	Viáticos	458.96	-1.95%	450.00	30.44%	587.00	13.97%	669.00
	<b>TOTAL DE VENTAS</b>	<b>7,555.89</b>	<b>28.42%</b>	<b>9,703.14</b>	<b>22.26%</b>	<b>11,863.50</b>	<b>45.49%</b>	<b>17,260.70</b>

	Cuentas	31-12-08	Variación	31-12-09	Variación	31-12-10	Variación	31-12-11
(-)	<b>GASTOS GENERALES</b>							
	Teléfono	2,641.00	9.43%	2,890.00	3.15%	2,980.95	4.33%	3,110.00
	Fletes / Peaje	564.58	37.12%	774.18	22.42%	947.75	19.43%	1,131.89
	Correspondencia	210.00	2.60%	215.45	11.39%	240.00	220.83%	770.00
	Seguros Garantías	578.45	287.51%	2,241.58	7.65%	2,413.00	64.89%	3,978.90
	Útiles de oficina	1,574.00	4.71%	1,648.12	13.37%	1,868.50	14.00%	2,130.00
	Mantenimiento aseo	189.53	82.09%	345.12	10.98%	383.00	248.04%	1,333.00
	Impuesto contribuciones	148.56	67.24%	248.45	15.52%	287.00	432.40%	1,528.00
	Arriendo	5,750.00	0.00%	5,750.00	8.52%	6,240.00	0.00%	6,240.00
	Mantenimiento Equipo de Oficina	178.52	0.00%	178.52	7.55%	192.00	386.34%	933.77
	Comisiones varios	587.45	111.93%	1,245.00	13.49%	1,413.00	14.01%	1,611.00
	Gastos aduaneros	1,345.00	40.52%	1,890.00	-16.93%	1,570.00	170.70%	4,250.00
	Artículos de limpieza	102.41	11.52%	114.21	5.07%	120.00	494.17%	713.00
	Mantenimiento vehículo	356.89	28.18%	457.45	15.20%	527.00	308.49%	2,152.75
	Otros	379.84	-100.00%	0.00	100.00%	940.00	17.02%	1,100.00
	<b>DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES</b>							
	Depreciación Equipo de Oficina	144.00	109.72%	302.00	52.65%	461.00	34.27%	619.00
	Depreciación Equipo de Computación	363.00	209.09%	1,122.00	67.65%	1,881.00	21.64%	2,288.00

	Cuentas	31-12-08	Variación	31-12-09	Variación	31-12-10	Variación	31-12-11
	Depreciación Muebles y Enseres	105.00	193.89%	308.58	65.60%	511.00	39.73%	714.00
	Depreciación Herramientas	421.00	160.21%	1,095.50	61.57%	1,770.00	26.84%	2,245.00
	Amortización Gastos Constituidos	143.60	100.00%	287.20	50.07%	431.00	33.18%	574.00
(=)	<b>TOTAL GASTOS GENERALES</b>	<b>15,782.83</b>	33.77%	<b>21,113.36</b>	19.24%	<b>25,176.20</b>	48.64%	<b>37,422.31</b>
(=)	<b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>66,956.63</b>	44.37%	<b>96,666.35</b>	10.23%	<b>106,558.24</b>	23.74%	<b>131,857.76</b>
(-)	<b>GASTOS FINANCIEROS</b>							
	Otros Gastos no operacionales	<b>579.00</b>	39.97%	<b>810.44</b>	49.30%	<b>1,210.00</b>	28.10%	<b>1,550.00</b>
(=)	<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>25,375.27</b>	49.46%	<b>37,924.68</b>	37.49%	52,144.00	15.95%	60,462.86
(-)	15 % Participación Trabajadores	3,806.29	49.46%	5,688.70	37.49%	7,821.60	15.95%	9,069.43
(=)	<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>21,568.98</b>	49.46%	<b>32,235.98</b>	37.49%	<b>44,322.40</b>	15.95%	<b>51,393.43</b>
(-)	25% Impuesto a la Renta Causado	5,392.24	49.46%	8,058.99	37.49%	11,080.60	15.95%	12,848.36
(=)	<b>UTILIDAD LIQUIDA DEL EJERCICIO</b>	<b>16,176.73</b>	49.46%	<b>24,176.98</b>	37.49%	<b>33,241.80</b>	15.95%	<b>38,545.07</b>

## **BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL**

Es un documento contable que presenta la situación financiera de una empresa u organización en una fecha determinada.

Al elaborar el balance general el empresario obtiene la información valiosa sobre su negocio, el estado de sus deudas, lo que debe cobrar o la disponibilidad de dinero en el momento o en un futuro próximo.

El balance general está conformado por:

Activo

Pasivo

Patrimonio

A continuación se presenta el análisis Horizontal de los Balances de Situación Inicial de la Compañía Limitada ELEVAL.

### **Análisis Horizontal del Balance de Situación Financiera de la Compañía Limitada ELEVAL**

A continuación se detalla cuáles son las variaciones de las cuentas antes señaladas.

## **ACTIVOS**

**Activo Corriente.**-Dentro de este activo se encuentran las cuentas de caja, bancos, inventario, cuentas por cobrar, pagos anticipados, este activo obtuvo del 2008 al 2009 un incremento de 48.12% este es un incremento significativo, del 2009 al 2010 fue de 41,59%, del 2010 al 2011 a disminuido en un 0.05% que no es un porcentaje muy significativo.

**Activo Fijo.**- En este activo podemos encontrar las cuentas de equipo de oficina, equipo de computación, muebles y enseres, herramientas, en este activo del 2008 al 2009 hay un incremento de un 33,68%, del año 2009 al 2010 hay una disminución de un 19,84%, del año 2010 al 2011 hay una



disminución de un 19,90%, siendo el incremento más alto en el año 2008 al 2009 debido al incremento en los Equipos de Computación, herramientas, que eran necesarios para mejorar el funcionamiento de las actividades.

**Pasivo Corriente.-** Este pasivo se observa que hubo en los año 2008 al 2009 hay un incremento de un 34,64%, del 2009 al 2010 un incremento de un 24,19%, del 2010 al 2011 habido una disminución de un 15,69%, el más significativo es del 2008 al 2009 por que se incrementaron las ventas por lo tanto hay más obligaciones por pagar.

**Patrimonio.-** En esta cuenta del año 2008 al 2009 hay un incremento de un 31,37%, del 2009 al 2010 se incrementó en un 22,14%, del 2010 al 2011 disminuyo en un 8,70%, el incremento más alto se dio en el año 2008 al 2009 porque se incrementó la utilidad.

## **ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANCIAS**

Es un documento contable que muestra detalladamente y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio.

La primera parte consiste en analizar todos los elementos que entran en la compra – venta de mercancía hasta determinar la utilidad o pérdida del ejercicio en ventas. Esto quiere decir la diferencia entre el precio de costo y de venta de las mercancías vendidas.

A continuación se realizara el análisis del estado de perdidas utilizando el método horizontal.

## **Análisis Horizontal del Estado de Perdidas de la Compañía Limitada ELEVALL**

**Ventas Netas.-** Es conformado por las ventas totales del ejercicio contable de la compañía, en la Compañía Limitada ELEVALL las ventas del

2008 al 2009 hay un incremento de un 121,13%, del 2009 al 2010 hay un incremento de un 14,60%, del 2010 al 2011 hay un incremento de un 30,69%, el incremento más significativo es del año 2008 al 2009 por que ha tenido una mayor acogida el servicio y producto que la empresa ofrece.

**Costo de Ventas.-** En la Compañía Limitada ELEVAL el costo de ventas del 2008 al 2009 hay un incremento de un 436,12%, del 2009 al 2010 hay un incremento de un 10,62%, del 2010 al 2011 hay un incremento de un 42,16%, el incremento más significativo se ha dado en el 2008 al 2009 porque se incrementaron las ventas por lo tanto los costos pero a pesar de eso obtuvo mayores ingresos.

**Gastos Operacionales.-** Los gastos se han incrementado del 2008 al 2009 se incrementó en un 44,37%, del 2009 al 2010 hay un incremento de un 10,23%, del 2010 al 2011 hay un incremento de un 23, 74%, el incremento más significativo se ha dado en el 2008 al 2009, esto se da porque se ha vendido más, estos gastos se dan para que funcione el negocio por lo general tienden a subir.

**Utilidad Neta del Período.-** Del 2008 al 2009 hay un incremento en un 49, 46%, del 2009 al 2010 hay un incremento de 37,49%, del 2010 al 2011 hay un incremento 15,95%, el incremento más significativo se ha dado en el 2008 al 2009 ya que hubo un incremento en las ventas.

**Utilidad Neta del Ejercicio.-** Del 2008 al 2009 hay un incremento de un 49,46%, del 2009 al 2010 hay un incremento de un 37,49%, del 2010 al 2011 hay un incremento de un 15, 95%, el incremento más significativo se ha dado en el 2008 al 2009 ya que hubo un incremento en las ventas.

## INDICES FINANCIEROS

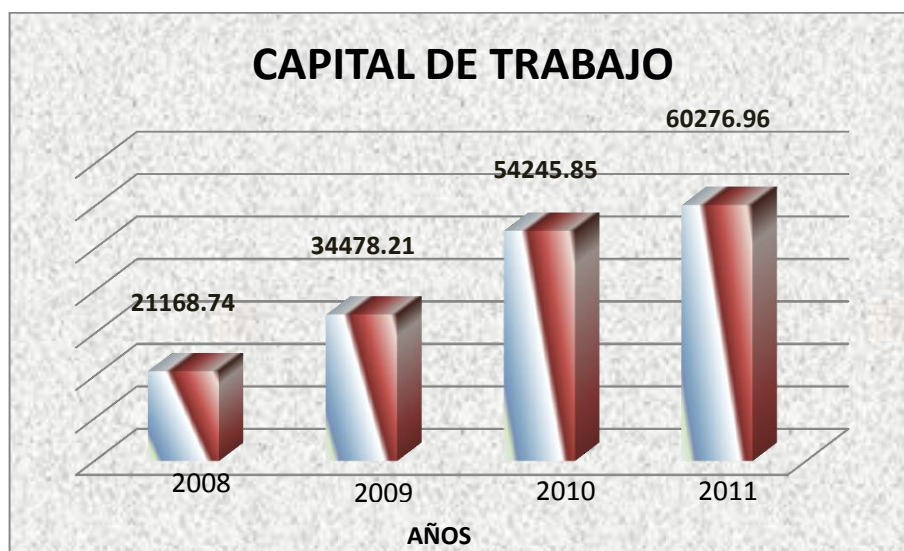
### INDICES DE LIQUIDEZ

#### 1. Capital de Trabajo

TABLA No. 7

INDICE FINANCIERA	FORMULA	2008	2009	2010	2011
CAPITAL DE TRABAJO	$CT = AC - PC$	21168.74	34478.21	54245.85	60276.96
VARIACIÓN %			62.87%	57.33%	11.12%

GRÁFICO No.2



Elaborado: Por las autoras

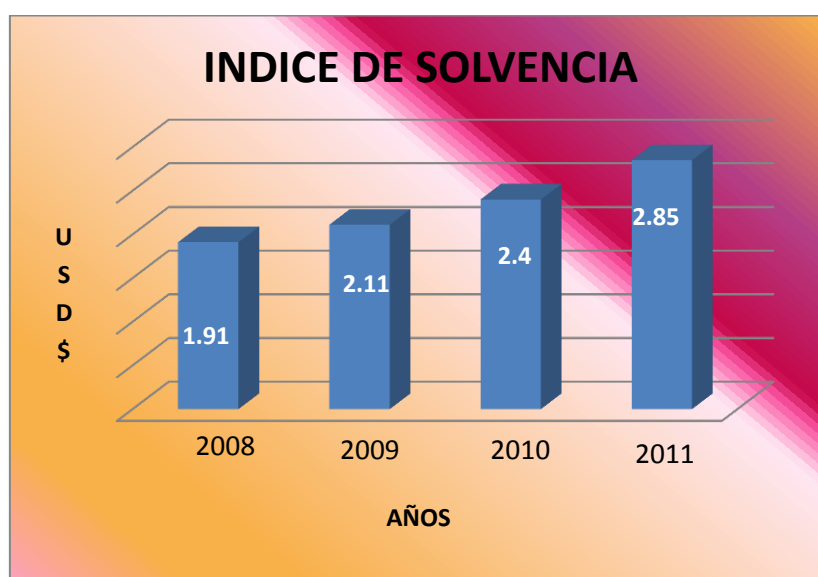
Se determina que la Compañía Limitada ELEVAL dispone de dinero para solventar las operaciones del negocio en los siguientes períodos y tiene capacidad para enfrentar a los Pasivos Corrientes.

## 2. Índice Solvencia

**TABLA No 8**

INDICE FINANCIERO	FORMULA	2008	2009	2010	2011
INDICE DE SOLVENCIA	$IS = AC / PC$	1.91	2.11	2.4	2.85
AUMENTO Y DISMINUCIÓN			0.2	0.29	0.45

**GRAFICO No 3**



Elaborado: Por las autoras

### Interpretación del año 2011

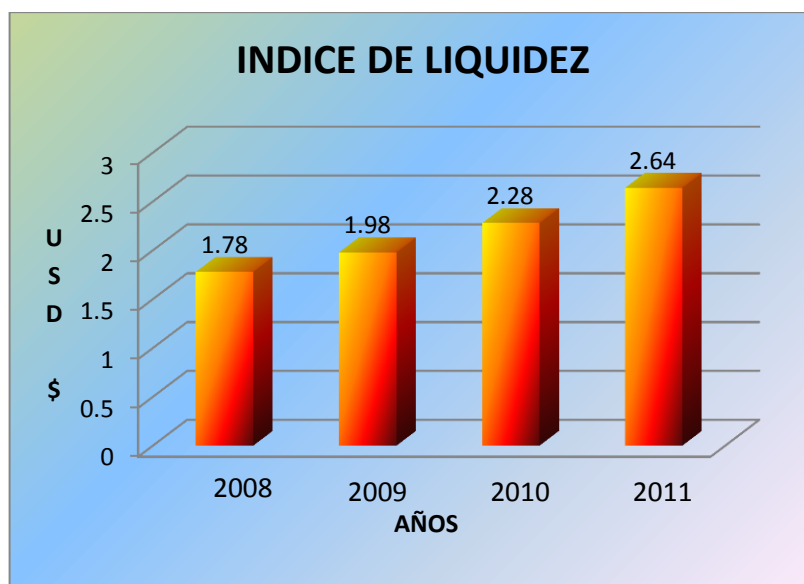
A través de este índice observamos que por cada dólar de deuda la empresa dispone de \$2,85 en el año 2011, esto nos indica que la compañía tiene capacidad para pagar sus obligaciones a corto plazo es decir la capacidad que tiene en el activo corriente para solventar requerimientos de sus acreedores.

### 3. Índice de Liquidez

**TABLA No.9**

INDICE FINACIERO	FORMULA	2008	2009	2010	2011
INDICE DE LIQUIDEZ	$IL = \frac{\text{EFECTIVO}}{PC}$	1.78	1.98	2.28	2.64

**GRAFICO No.4**



Elaborado: Por las autoras

#### **Interpretación del año 2011**

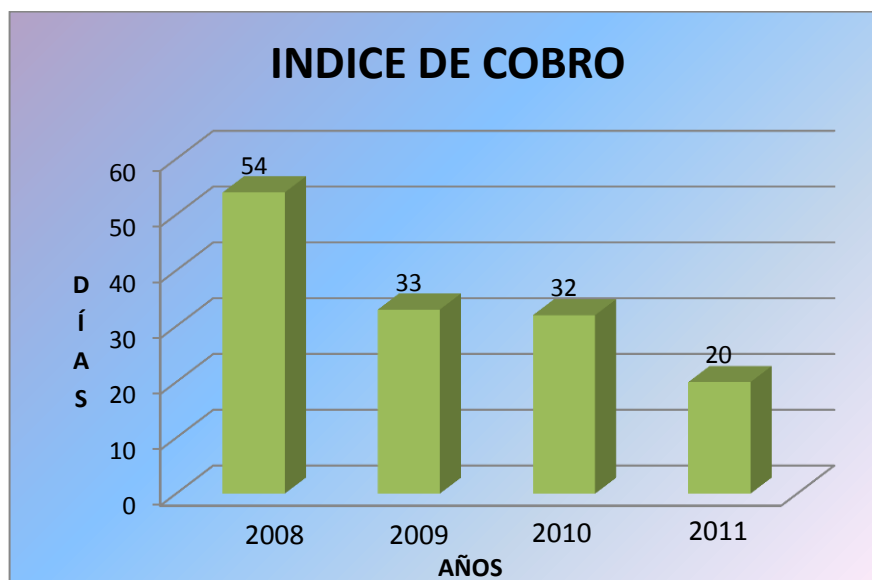
La capacidad de pago por cada dólar de deuda para el año 2011 fue de \$2,64, lo que demuestra que la compañía posee capacidad de pago para cancelar más rápidamente las obligaciones del pasivo corriente.

#### 4. INDICE DE COBRO

TABLA No. 10

INDICE FINANCIERO	FORMULA	2008	2009	2010	2011
INDICE DE COBROS	$IC = \frac{\text{Cuentas x Cobrar Clientes}}{PDV}$ $PDV = \frac{\text{Total Vtas.}}{\text{No. Días}}$	54	33	32	20

GRAFICO No. 5



Elaborado: Por las autoras

#### Interpretación del año 2011

En el año 2011 su índice de cobros es de 20 días, siendo la política de la compañía 30 días, esto nos indica que cumple con el tiempo establecido, ya que existe una administración de cartera adecuada.

## ESTRUCTURA FINANCIERA DE LA COMPAÑÍA LIMITADA ELEVALL

**TABLA No. 11**

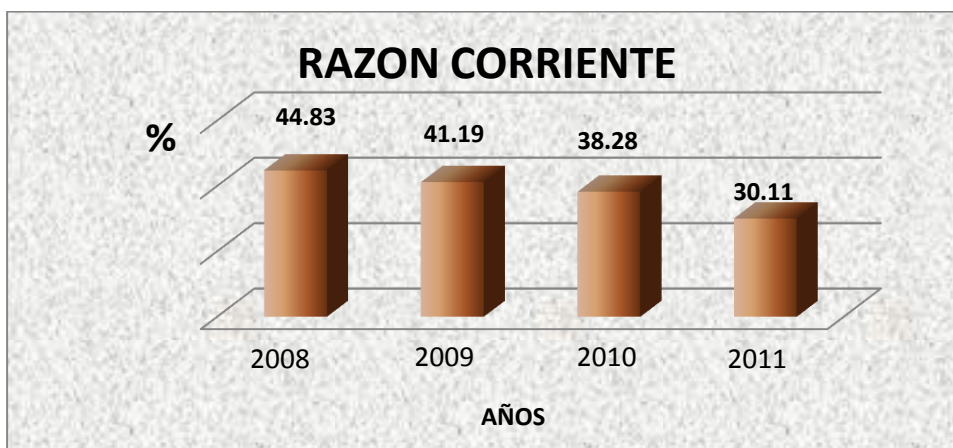
	2008	2009	2010	2011
<b>Pasivo Corriente</b>	23,165.52	31,189.32	38,735.20	32,655.79
<b>Pasivo a Largo Plazo</b>	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>Patrimonio</b>	22,832.12	37,832.37	54,897.00	65,200.46
<b>Total Activo</b>	51,675.64	75,722.68	101,178.05	108,456.75

### 1. Razón Corriente

**TABLA No. 12**

RAZON FINANCIERA	FORMULA	2008	2009	2010	2011
<b>RAZÓN A CORTO PLAZO</b>	$RC=PC/AT$	44.83%	41.19%	38.28%	30.11%

**GRAFICO No.6**



Elaborado: Por las autoras

## Interpretación del año 2011

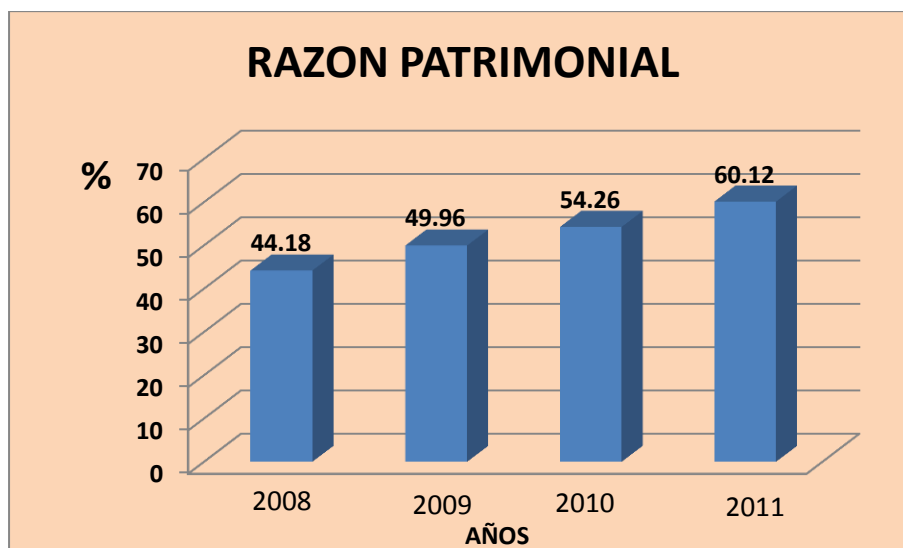
El resultado obtenido en este índice nos demuestra que nuestro activo total está financiado con el 30,11% del pasivo corriente, en consecuencia la compañía no posee presión de obligaciones a corto plazo descartándose la probabilidad de que se origine un problema de recursos.

## 2. Razón Patrimonial

**TABLA No. 13**

RAZÓN FINANCIERA	FORMULA	2008	2009	2010	2011
RAZÓN A LARGO PLAZO	$RC = \frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo Total}}$	44.18	49.96	54.26	60.12

**GRAFICO No. 7**



Elaborado: Por las autoras

## Interpretación del año 2011

El 60% de activos está financiado con recursos propios.



## INDICADORES DE RENTABILIDAD

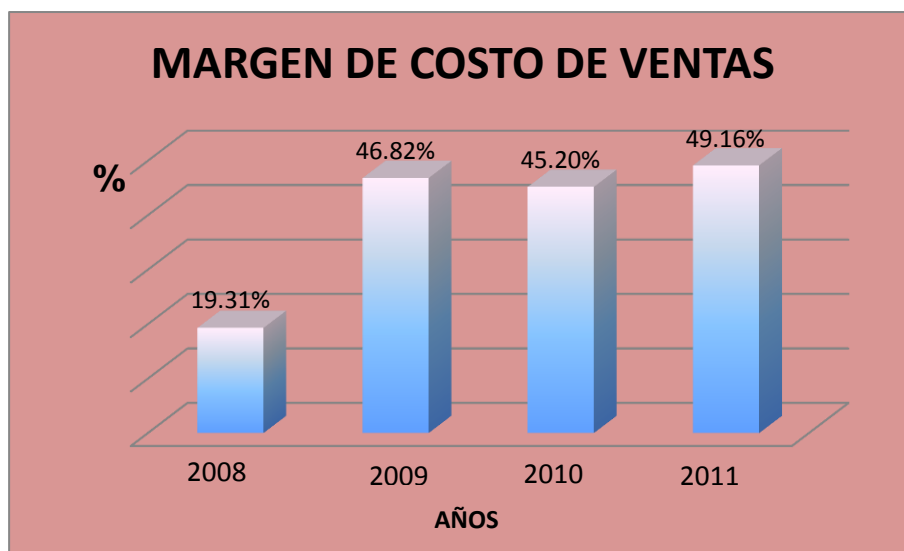
Nos permite conocer el rendimiento que proporciona la utilización de un dólar expuesto a cualquier tipo de actividad económica.

### 1. MARGEN DE COSTO DE VENTAS

**TABLA No14**

	FORMULA	2008	2009	2010	2011
<b>INDICADORES DE RENTABILIDAD</b>	<b>Costo de Ventas / Ventas</b>	19.31%	46.82%	45.20%	49.16%

**GRAFICO No.8**



Elaborado: Por las autoras

#### **Interpretación del año 2011**

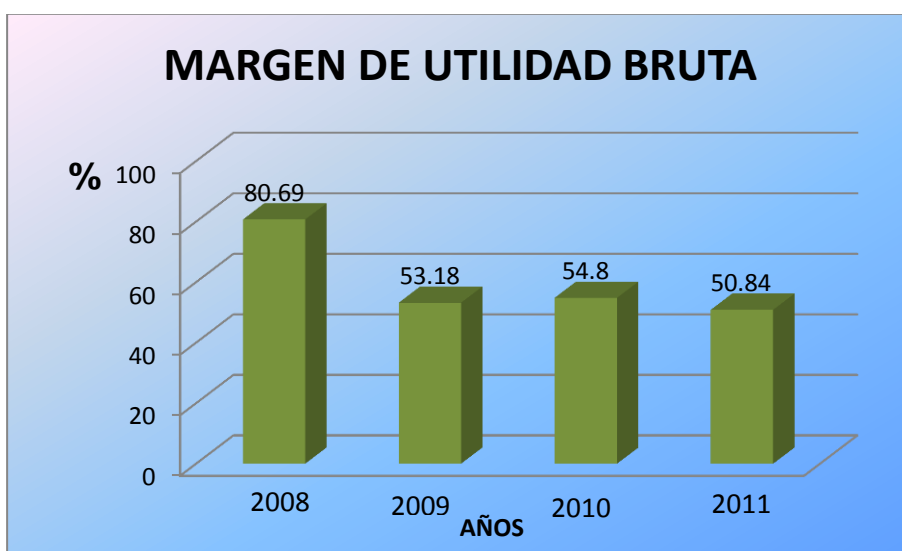
Por cada dólar invertido la empresa gana en el año 2010 \$0,49 centavos de dólar.

## 2. MARGEN DE UTILIDAD BRUTA

**TABLA No. 15**

	FORMULA	2008	2009	2010	2011
INDICADORES DE RENTABILIDAD	Utilidad Bruta Ventas / Ventas	80.69	53.18	54.8	50.84

**GRAFICO No.9**



Elaborado: Por las autoras

### **Interpretación del año 2011**

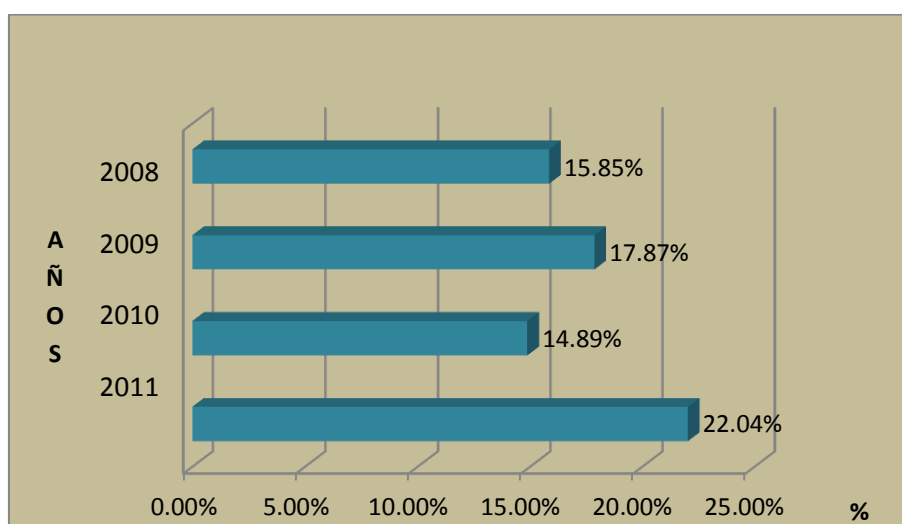
Significa que las ventas de la empresa generaron en el año 2011, 50,84% de utilidad bruta, de cada dólar vendido en el año generó \$0,51 centavos de utilidad bruta.

### 3. MARGEN DE UTILIDAD NETA

**TABLA No. 16**

	FORMULA	2008	2009	2010	2011
<b>INDICADORES DE RENTABILIDAD</b>	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{VENTAS NETAS}}$	22.04%	14.89%	17.87%	15.85%

**GRAFICO No.10**



Elaborado: Por las autoras

#### **Interpretación del año 2011**

Significa que cada dólar vendido, generó \$0,16 centavos de utilidad neta en el año 2011.

#### 4. UTILIDAD SOBRE ACTIVO TOTAL

**TABLA No. 17**

	FORMULA	2008	2009	2010	2011
<b>INDICADORES DE RENTABILIDAD</b>	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{TOTAL ACTIVOS}}$	49.10%	50.08%	51.54%	55.75%

Elaborado: Por las autoras

**GRAFICO No. 11**



Elaborado: Por las autoras

#### **Interpretación del año 2011**

De cada dólar invertido generó \$0,56 centavos de utilidad neta en el año 2011.

## 5. UTILIDAD NETA SOBRE PATRIMONIO

**TABLA No. 18**

	FORMULA	2008	2009	2010	2011
<b>INDICADORES DE RENTABILIDAD</b>	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{PATRIMONIO}}$	111.14%	100.24%	94.99%	92.73%

**GRAFICO No.12**



Elaborado: Por las autoras

### **Interpretación del año del 2011**

Los socios de la Compañía obtuvieron un rendimiento sobre su inversión del 92,73%.

### 2.2.5 CAPACIDAD LOGÍSTICA

La Logística se define como el proceso de planificar, implementar y controlar el flujo y almacenamiento de materias primas, productos semielaborados o terminados y de manejar la información relacionada con ese proceso, desde el lugar de origen hasta el lugar de consumo, con el propósito de satisfacer en forma adecuada los requerimientos de los clientes.

Debido a que los mercados se han vuelto más exigentes, la integración y la globalización son un hecho, las empresas nacionales tienen que competir con empresas de todo el mundo y deben atender de la mejor manera a todos y cada uno de los clientes, además, la aparición de nuevas tecnologías de información han traído como consecuencia menores tiempos y costos de transacción.

Esto ha obligado a las empresas a tomar más en serio el concepto de Gestión Logística si es que quieren seguir siendo competitivos.

### ACTIVIDADES COMPONENTES DE LA LOGÍSTICA

- **Transporte** (aprovisionamiento y distribución).
- **Almacenamiento** (materias primas, productos procesados, productos terminados).
- **Compras** (nacional, internacional).
- **Manejo de inventarios** (materias primas, productos procesados productos terminados).
- **Planeación de la producción.**
- **Despacho y distribución** de producto terminado.
- **Servicio al cliente.**

Las anteriores actividades están fundamentadas en la Gestión de Personal y en la Gestión de Información.

## **FUNCIONES DE LA LOGÍSTICA**

Almacenamiento, transporte, control de inventarios, servicio al cliente planeación de la producción pronósticos y compras.

## **ACTIVIDADES CLAVES DEL SISTEMA LOGÍSTICO**

### **1. SERVICIO AL CLIENTE**

- Determinación de las necesidades y deseos del consumidor.
- Determinación de la respuesta del cliente al servicio que se le presta.
- Establecimiento de los niveles de servicio al cliente.

### **2. TRANSPORTE**

- Selección del modo y medio de transporte.
- Consolidación de envíos.
- Establecimiento de rutas de transporte.
- Gestión de la flota de vehículos de transporte.

### **3. GESTIÓN DE INVENTARIOS**

- Políticas de inventarios a nivel de materias primas y productos semiterminados y a nivel de producción final.
- Proyección y programas de ventas.

- Gestión de inventarios en almacenes.
- Numero tamaño y localización de almacenes.
- Estrategias de entrada y salida de productos de almacenes.

#### **4. PROCESAMIENTO DE PEDIDOS**

- Procedimiento de interacción entre la gestión de pedidos y la de inventarios.
- Métodos de transmisión y procesamiento de información sobre pedidos.
- Reglas para la confección de pedidos. Ver Actividades de soporte al sistema logístico.

#### **ACTIVIDADES DE SOPORTE AL SISTEMA LOGÍSTICO**

Las actividades de soporte del sistema logístico se encuentran en las interfaces entre la logística la producción y la comercialización. En síntesis son:

- El almacenamiento
- El manejo de mercancías
- Los procesos de compra
- La planificación del producto
- El empaque



**TABLA No.19**

**Cadena de Valor en el Proceso Logístico**

INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA: administración general, finanzas, contabilidad, aspectos legales, gestión de la calidad.
GERENCIA DEL TALENTO HUMANO: Selección, promoción, adjudicación de cargos, etc.(objetivos estratégicos) Trabajo en equipo, Mejoramiento Continuo, Gerencia participativa.
DESARROLLO DE TECNOLOGIAS: Procedimientos, tecnología de procesos utilizados en cada actividad de la cadena de valor.
ABASTECIMIENTO: Compra de equipos de computación, provisiones etc., utilizados en cada actividad de la cadena de valor, compra de maquinaria.

Elaborado: Por las autoras

Fuente: La gestión de información (Tomado de J.P. Antún)

**Conclusión**

Los directivos de la compañía creen que el recurso humano y físico son muy importantes para el ciclo operativo, pero no existe una organización, ni planificación en esta área, no existe un departamento de logística, este departamento esta delegado al Gerente Técnico el cual dirige esta área según su criterio, no hay procedimientos, ni políticas a seguir.

Esto es una **debilidad alta** para la compañía porque al no tener políticas claras con respecto al área logística podrían perder clientes por incumplimiento de contratos.

### **2.2.6 CAPACIDAD DE RECURSOS HUMANOS**

La administración de recursos humanos consiste en la planeación, organización, desarrollo y coordinación, así como también control de técnicas, capaces de promover el desempeño eficiente del personal, a la vez que la organización representa el medio que permite a las personas que colaboran en ella alcanzar los objetivos individuales relacionados directamente o indirectamente con el trabajo.

Por lo general, un área de recursos humanos se establece cuando en su proceso normal de crecimiento, los gerentes y administradores de la empresa empiezan a sentir la necesidad de contar con un área especializada en ciertas funciones que se van haciendo progresivamente complicadas.

En el momento de su creación, la unidad administrativa de recursos humanos suele ser pequeña y lo dirige un ejecutivo de nivel medio, es común que se limite a llevar los registros de los colaboradores actuales, verificar el cumplimiento de los requisitos legales y, en algunos casos colaborar en la detección de candidatos a ser seleccionados. A medida que crece la organización y su demanda, el área de recursos humanos adquiere más importancia y complejidad.

En toda empresa por pequeña que sea, siempre habrá por lo menos una persona, que además de sus tareas que realice, se dedique a acciones de personal, como por ejemplo: llenado de planillas, control de asistencia, evaluaciones de los trabajadores, etc.; sin embargo las empresas medianas y grandes han visto la necesidad de crear unidades o áreas administrativas especializadas de personal, para que desarrollen funciones específicas propias del área, estas funciones de administración de recursos humanos pueden tomarse en 2 sentidos:

a. Como parte de la labor propia de todo jefe, para con sus subordinados; es decir cumpliendo acciones de personal, a parte de las labores propias de su puesto o cargo, afirmándose que existen en una empresa tantos jefes de personal, cuantos jefes existen.

b. Como la función de un técnico especializado, son conocimientos específicos adquiridos por estudios o experiencias, se dedica en toda empresa a administrar las actividades del recurso humano, con la respectiva autoridad funcional.

Toda empresa para su efectiva administración en los recursos humanos, debe trabajar en base a un Programa de Recursos Humanos, que le permitirá conocer en forma sistemática a las personas que laboran, bajo los siguientes aspectos:

A. Conocimiento de la hoja de vida de cada persona respecto a:

- Estudios realizados
- Formación general y humanística adquirida
- Experiencia Profesional realizada
- Experiencia laboral fuera de la empresa
- Promoción y resultados obtenidos.

B. Conocimiento de las capacidades de cada persona referido a:

- Capacidad de conocimientos
- Capacidad y habilidad para desarrollarse en puestos que impliquen tomar decisiones y coordinar grupos.
- Capacidad de mando y gestión
- Capacidad en solucionar problemas.
- Capacidad en actuar en forma responsable

Además del conocimiento de las capacidades de cada colaborador, el programa debe desarrollar los aspectos potenciales. Ello significa que

existen colaboradores cuyos conocimientos y habilidades permiten realizar una mayor cantidad y calidad de trabajo. El objetivo de una evaluación del potencial es detectar las potencialidades de los colaboradores.

En lo que se refiere a la Compañía Limitada ELEVAL podemos observar que no existe un departamento específico de recursos humanos sin embargo existe una persona que realiza estas funciones.

### **Conclusión**

En la Compañía Limitada ELEVAL, las relaciones humanas están fundadas en el respeto por lo que crea un buen ambiente de trabajo, no cuenta con un departamento de recursos humanos por ser una empresa con poco personal por lo que no es necesario contar con esa área, pero si se debería realizar evaluaciones a cada trabajador, porque es esencial saber con qué conocimientos cuenta o si necesita algún tipo de capacitación.

Los trabajadores no están suficientemente capacitados, y también es necesario que la compañía implante programas de motivación los cuales aportarían al desarrollo personal y profesional de los empleados para el mejor cumplimiento y desempeño de sus funciones.

El no estar bien capacitado el personal representa una **Debilidad Media** para la empresa.

### **Infraestructura**

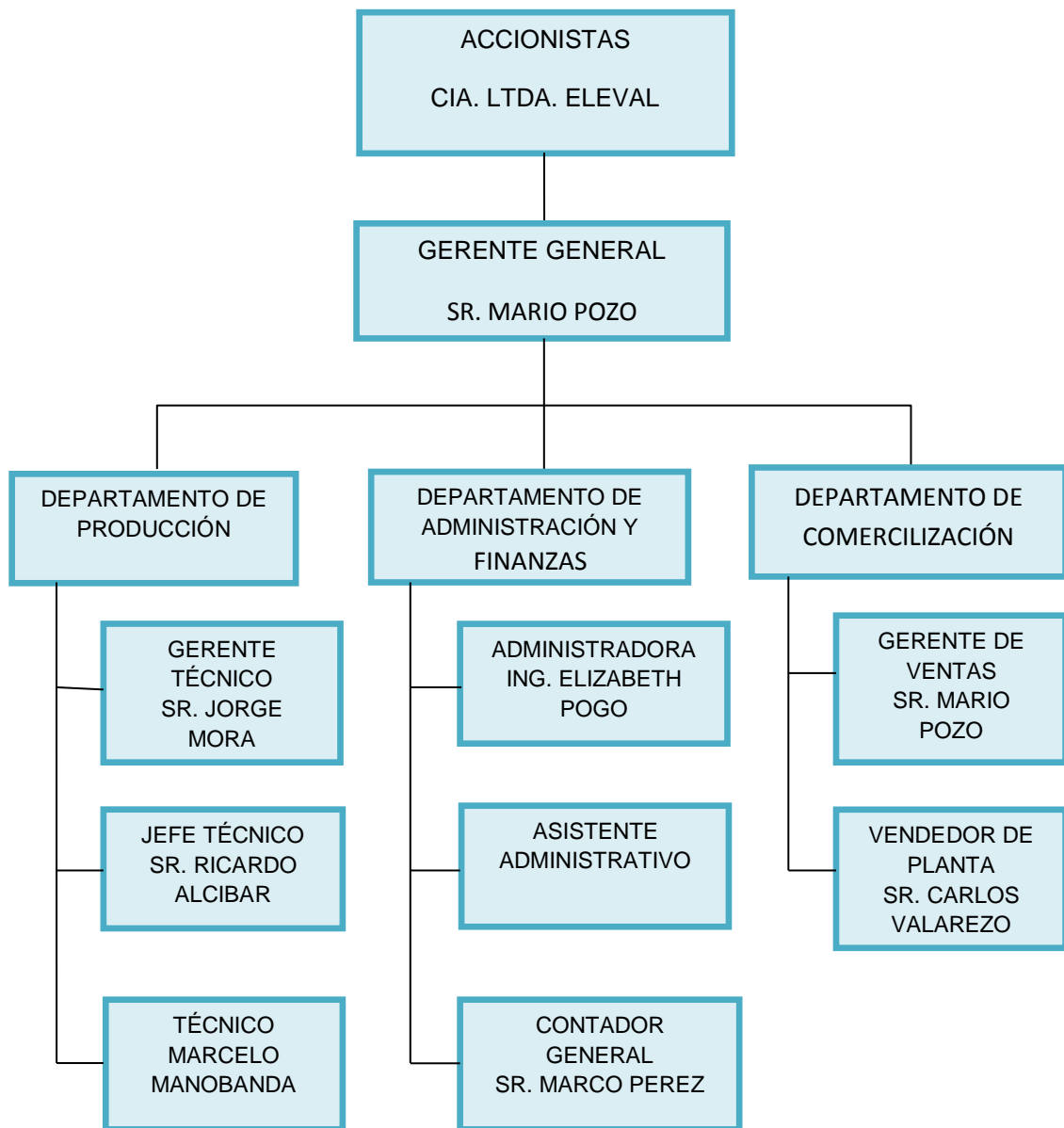
La empresa posee instalaciones adecuadas para su funcionamiento, con el espacio y la comodidad suficiente para que cada empleado desempeñe sus funciones. Las instalaciones son de 120m<sup>2</sup> distribuida en cinco oficinas y una sala para reuniones.

Sin embargo son arrendadas esto significa aumento de gastos.

Esto representa una **Debilidad Media** por que no cuenta con local propio.

## ORAGANIGRAMA ESTRUCTURAL

GRAFICO No. 13

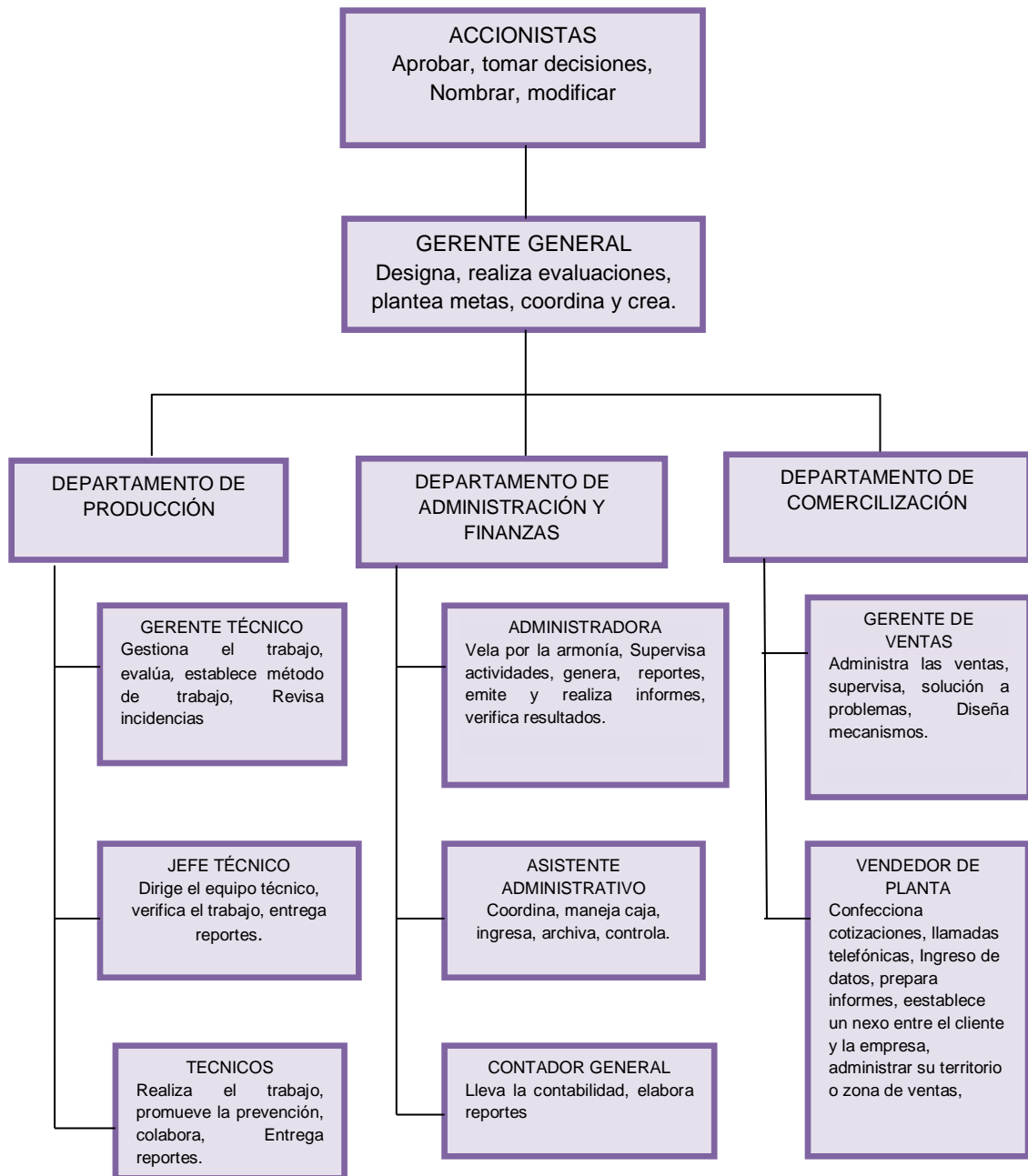


Elaborado: Por las autoras

Fuente: Investigación Directa

## ORAGANIGRAMA FUNCIONAL

GRAFICO No. 14



Elaborado: Por las autoras

Fuente: Investigación Directa

## **FUNCIONES DEL EMPRESARIO Y PERSONAL**

**Accionistas.-** Sus objetivos son de supervisar y ratificar todos los actos y operaciones de la Compañía Limita ELEVAL.Sus funciones son las siguientes:

- Discutir, aprobar o modificar el informe del gerente y administrador.
- Nombrar al gerente general, y administrador.
- Tomar decisiones.

Tratar cualquiera de los siguientes asuntos:

- Prórroga de la duración de la sociedad
- Disolución anticipada de la sociedad
- Aumento o reducción del capital social
- Fusión con otra sociedad
- Amortización por la sociedad de sus propias acciones
- Cualquier otra modificación del contrato social.

**Gerente General.-** Sus funciones son las siguientes:

- Designar todas las posiciones administrativas.
- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos.
- Coordinar con todas las áreas para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente.
- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes corporativos y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.

**Gerente Técnico.-** Sus funciones son las siguientes:

- Gestionar el trabajo de los técnicos, revisar lo que hacen, preparar lo que deben hacer.
- Estar al tanto de las novedades técnicas que afectan a las herramientas que utilizamos.
- Establecer métodos de trabajo dentro del área técnica.
- Dar soporte a la gente de atención al usuario.
- Detectar nuevas necesidades de nuestros clientes, analizarlas y decidir.

**Jefe Técnico.-** Sus responsabilidades son las siguientes:

- Es el encargado de dirigir el equipo de técnicos.
- Verifica que los trabajos sean realizados de manera eficiente y que el departamento de servicio mantenga en alto el nivel de satisfacción del cliente.
- Es el encargado de hacer los diagnósticos y las reparaciones pocos comunes.
- Entrega informes al gerente técnico de todas las novedades del día.
- Realizar actividades de información y formación básica de trabajadores.
- Vigilar directamente que se cumpla el programa de control y reducción de riesgos laborales.

**Técnicos.-** Sus funciones son las siguientes:

- Realizar el mantenimiento y reparación de ascensores.
- Promover la prevención en la empresa y participar en su planificación.
- Realizar evaluaciones de riesgos.
- Proponer medidas para controlar y reducir los riesgos laborales.
- Planificar cómo se debe actuar en un caso de emergencia y en primeros auxilios.



- Colaborar con los servicios de prevención.
- Entregar informes al jefe técnico.
- Dar información al cliente de una forma clara.
- Asumir otras funciones asignadas por el jefe técnico.

**Administradora.-** Sus funciones son las siguientes:

- Velar por la armonía de las funciones administrativas de la empresa.
- Supervisar que se cumplan todas las actividades y objetivos ya establecidos a corto, mediano y largo plazo.
- Generar reportes de cumplimiento de metas.
- Emitir y revisar toda la información del proceso administrativo de la empresa.
- Verificar el cierre contable y administrativo de la misma.

**Asistente Administrativa.-** Este cargo implica las siguientes responsabilidades:

- Atención a clientes.
- Realizar los cobros de las ventas.
- Manejo de caja chica.
- Manejo de suministros de oficina.
- Coordinación de los viajes de las diferentes personas. (Técnicos, Gerentes, Vendedores)
- Elaboración de memos y cartas
- Asistencia directa de Gerencias.
- Archivar documentos que le pase el contador.
- Coordinación de las compras que solicita Gerencia.
- Control del fax, correo electrónico y correspondencia.
- Cobros a clientes todos los viernes de acuerdo al listado entregado por la administradora.
- Ingreso de datos al sistema.

- Mantener un control de los servicios básicos que hay que pagar.  
(se pasa un reporte mensual de los que hay que pagar)

Actividades principales: Actividades manejo de caja chica

- Entrega de fondos a las personas autorizadas que los requieren.
- Archivo de las facturas de respaldo para la reposición de la caja chica.

**Contador General.-** Sus funciones son las siguientes:

- Función Principal:  
Mantener la contabilidad al día.
- Funciones Específicas.
  - Llevar contabilidad al día mensualmente.
  - Impresión de Libros Contables.
  - Elaboración de Reportes Contables.
  - Apoyar en tareas administrativas.

**Gerente de Ventas.-** Sus responsabilidades son las siguientes:

- Administrar las ventas.
- Supervisar y recibir informes del vendedor.
- Solucionar problemas de rango mayor.
- Es su responsabilidad cumplir con el mínimo de volumen de ventas establecido por año.
- Debe además diseñar mecanismos que impulsen la actividad de los vendedores y su consecuente alcance de la cuota.
- Diseñar planes de marketing.
- Analizar precios.
- Elaborar planes de capacitación para vendedores.
- Diseñar políticas y técnicas de promoción de ventas.
- Organizar la red de ventas.
- Gestionar la comercialización.
- Estudiar y conocer la competencia.

**Vendedor de Planta.-** Sus funciones son las siguientes:

- Llamadas telefónicas potenciales.
- Confección de cotizaciones.
- Ingreso de datos.
- Preparación informes de ventas.
- Tareas administrativas varias.
- Establecer un nexo entre el cliente y la empresa,
- Contribuir a la solución de problemas,
- Administrar su territorio o zona de ventas,
- Integrarse a las actividades de mercadotecnia de la empresa que representa, y
- Otras.

## **2.3 ANÁLISIS EXTERNO**

Debido a los constantes cambios que se dan, es de suma importancia analizar no solo los aspectos internos de una empresa, sino también, a los aspectos o factores externos. Los mismos que no son controlados por la empresa, en este análisis identificaremos las oportunidades y amenazas de la Compañía Limitada ELEVAL.

Un análisis externo se lo realiza con la finalidad de detectar oportunidades y amenazas, de manera que se puedan formular estrategias para aprovechar las oportunidades, y eludir las amenazas.

Para realizar este análisis externo es necesario tomar en cuenta los siguientes indicadores económicos:

### **2.3.1 Microambiente**

Afectan a una empresa en particular y, a pesar de que generalmente no son controlables, se puede influir en ellos. Son fuerzas que una empresa

puede intentar controlar y mediante las cuales se pretende lograr el cambio deseado.

Entre ellas tenemos a los clientes, proveedores, competencia, organismos de control. A partir del análisis del Microambiente detectaremos las fortalezas y las debilidades de la Compañía Limitada ELEVAL.

#### **2.3.1.1 Clientes**

Los clientes de la Compañía ELEVAL Limitada son la mayoría del sector privado y un mínimo del sector público.

**TABLA No. 20**  
**TOTAL CLIENTES COMPAÑÍA ELEVAL LIMITADA**

<b>CLIENTES</b>	<b>No. DE CLIENTES</b>
Cientes Sector Público	5
Cientes Sector Privado	31
<b>Total Clientes</b>	<b>36</b>

Elaborado: Por las autoras

Fuente: Investigación Directa

**TABLA No.21**  
**LISTADO DE CLIENTES COMPAÑIA LIMITADA ELEVAL**

No.	CLIENTES	SECTOR	SERVICIO	CIUDAD
1	Asociación Imbabureños	Privado	Instalación y mantenimiento	Quito
2	Conjunto Mira Churos	Privado	Instalación y mantenimiento	Quito
3	Asociación Mutualista Ambato	Privado	Modernización de cinco ascensores y mantenimiento	Ambato
4	Cooperativa OSCUS	Privado	Modernización de dos ascensores y mantenimiento	Ambato
5	Edificio Francisco de Orellana	Privado	Modernización de tres ascensores y mantenimiento	Quito
6	Edificio Fuente Azul	Privado	Modernización de un ascensor y mantenimiento	Quito
7	Contraloría General del Estado	Público	Mantenimiento	Quito, Ambato, Esmeraldas
8	INFA	Público	Mantenimiento	Quito
9	IECE	Público	Mantenimiento	Quito
10	Empresa Eléctrica	Público	Mantenimiento	Riobamba
11	Hospital de la Policía Nacional	Público	Mantenimiento	Quito
12	Edificio Suite Ana Luisa	Privado	Mantenimiento	Quito
13	Edificio Noción	Privado	Mantenimiento	Quito
14	Edificio LIFE	Privado	Mantenimiento	Quito
15	Terrazas Pórtela	Privado	Mantenimiento	Quito
16	Edificio Ejecutivo	Privado	Mantenimiento	Quito
17	Edificio Portilla	Privado	Mantenimiento	Quito
18	Edificio Granda Centeno	Privado	Mantenimiento	Quito
19	Edificio San Francisco Tres	Privado	Mantenimiento	Quito
20	UNITA	Privado	Mantenimiento	Quito
21	Edificio los Guiragchuros	Privado	Mantenimiento	Ambato
22	Edificio Novoa	Privado	Mantenimiento	Quito
23	Edificio Francisco Baca	Privado	Mantenimiento	Quito
24	Edificio Isis Plaza	Privado	Mantenimiento	Quito
25	Edificio Freile Adriani	Privado	Mantenimiento	Quito
26	Edificio Centro Medico Arboleda	Privado	Mantenimiento	Quito
27	Edificio Pisis	Privado	Mantenimiento	Quito
28	Edificio la Pinta	Privado	Mantenimiento	Quito
29	Centro Clínico Quirúrgico	Privado	Mantenimiento	Quito

30	Edificio de las Américas	Privado	Mantenimiento	Quito
31	Edificio Spider	Privado	Mantenimiento	Quito
32	Centro Quirúrgico Clínica Pichincha	Privado	Mantenimiento	Quito
33	Hotel Ambato	Privado	Mantenimiento	Ambato
34	Edificio Valladares	Privado	Mantenimiento	Quito
35	Edificio Cristal	Privado	Mantenimiento	Quito
36	Edificio Molina	Privado	Mantenimiento	Quito

Elaborado: Por las autoras

Fuente: Investigación Directa

Se a realizado una investigación del servicio que el cliente recibe de la Compañía Limitada ELEVAL, a través de una encuesta vía telefónica hemos obtenido lo siguientes resultados.

### **Población**

La presente investigación está realizada con los clientes de Compañía Limitada ELEVAL.

### **Muestra**

<b>POBLACIÓN</b>	<b>No.</b>
Clientes	36

### **Determinación de la muestra**

**Tabla No. 22**

<b>POBLACIÓN</b>		<b>MUESTRA</b>
CLIENTES	36	36
<b>TOTAL</b>	<b>36</b>	<b>36</b>

### Justificación

Se ha tomado como muestra a todos los clientes ya que han firmado contratos de mantenimiento de ascensores con la compañía de hasta un año o más por lo que consideramos hacer la encuesta a cada uno de ellos para saber el grado de satisfacción del cliente.

#### MODELO DE ENCUESTA

1. ¿En su criterio que servicios necesita recibir de la compañía  
ELEVVAL? ( )  
Servicio ágil en emergencias. ( )  
Proformas ( )  
Variedad en precios y calidad ( )  
Atención frente a quejas. ( )  
Entrega de cronogramas para servicio de mantenimiento ( )
2. ¿Conoce todos los servicios y productos que la Compañía ofrece?  
SI ( ) NO ( )
3. ¿Por qué medio se enteró de los servicios que ofrece la  
Compañía?  
Radio ( )  
Prensa ( )  
Internet ( )  
Conocidos ( )  
Otros \_\_\_\_\_ ( )
4. ¿Cuál es su nivel de satisfacción en los servicios recibidos por la  
Compañía? ( )  
Completamente satisfecho ( )  
Satisfecho ( )  
Insatisfecho ( )  
Completamente Insatisfecho ( )

5. ¿Cómo calificaría el nivel de agilidad y cumplimiento del servicio solicitado?

Excelente	( )
Muy bueno	( )
Bueno	( )
Regular	( )
Pésimo	( )

6. ¿Es agradable para usted la atención que recibe de los empleados de la Compañía?

SI	( )	NO	( )
----	-----	----	-----

7. ¿Cuándo tiene algún tipo de queja es atendido inmediatamente?

SI	( )	NO	( )
----	-----	----	-----

8. ¿Está satisfecho con los precios establecidos, de acuerdo al servicio recibido?

SI	( )	NO	( )
----	-----	----	-----

9. ¿Según su criterio en que se destaca los servicios de la Compañía Limitada ELEVAL frente a la competencia?

Calidad en repuestos	( )
Agilidad en el servicio	( )
Precios accesibles	( )
Servicios garantizados	( )

10. ¿Según su criterio la compañía ELEVAL en que debe realizar cambios?

Calidad de repuestos	( )	Disminución de precios	( )
Atención al cliente	( )	Servicio más ágil	( )



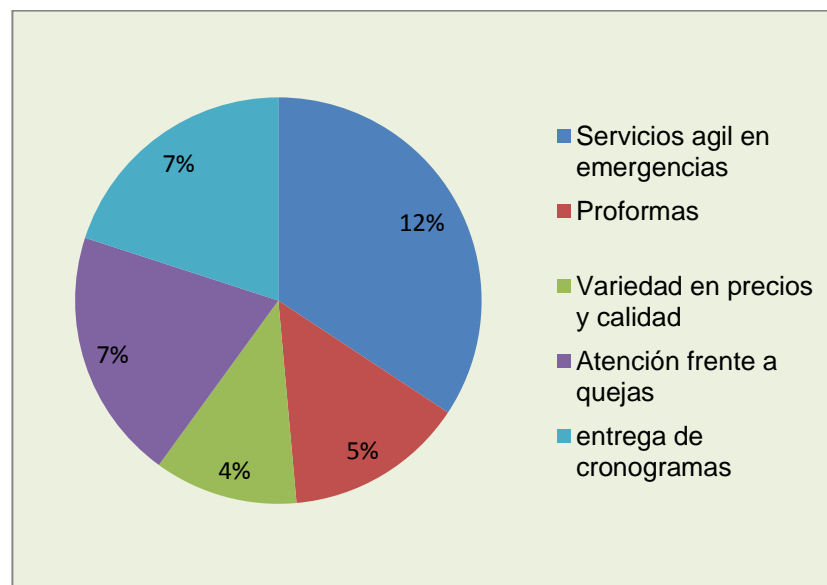
Para conocer la relación actual Cliente – Empresa se realizaron encuestas en una muestra de 36, y los resultados se detallan a continuación.

1. ¿En su criterio que servicios necesita recibir de la compañía ELEVAL?

**TABLA No.23**

Respuestas	Clientes
Servicios ágil en emergencias	12%
Proformas	5%
Variedad en precios y calidad	4%
Atención frente a quejas	7%
Entrega de cronogramas	7%

**GRAFICO No. 15**



Elaborado: Por las autoras

Fuente: Investigación Directa

### Conclusión

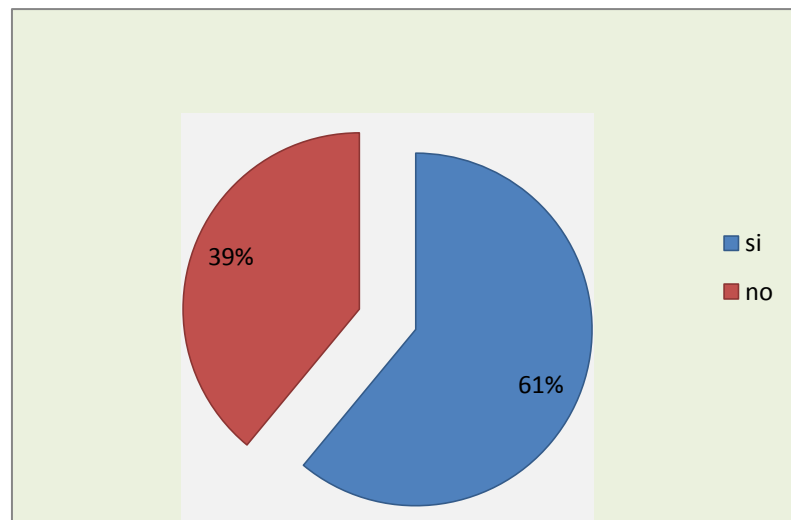
Según los resultados podemos observar que el 12 % de los clientes prefieren un servicio ágil, el 7% necesita una respuesta rápida frente a quejas, también entrega de cronogramas de actividades, el 5 % necesita proformas, y el 4% necesita una variedad de precios y calidad.

2. ¿Conoce todos los servicios y productos que la Compañía ofrece?

**TABLA No. 24**

Respuesta	Porcentaje
Sí	61%
No	39%

**GRAFICO No.16**



Elaborado: Por las autoras

Fuente: Investigación Directa

### Conclusión

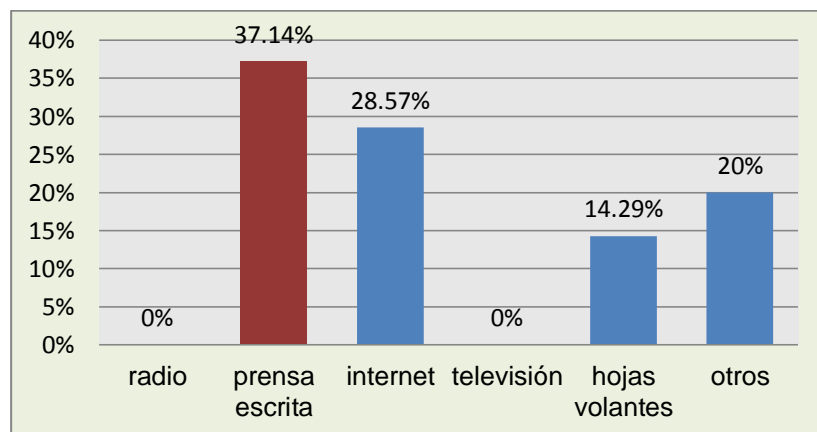
El 61% de los clientes responde que si conocen de los servicios y productos que ofrece la compañía, mientras que el 39% responde que no conoce de los servicios y productos que ofrece la compañía.

3. ¿Por qué medio se enteró de los servicios que ofrece la Compañía?

**TABLA No.25**

Respuestas	Porcentaje
Radio	0.00%
Prensa escrita	37.14%
Internet	28.57%
Televisión	0.00%
Hojas volantes	14.29%
Otros	20.00%

**GRAFICO No. 17**



Elaborado: Por las autoras

Fuente: Investigación Directa

### **Conclusión**

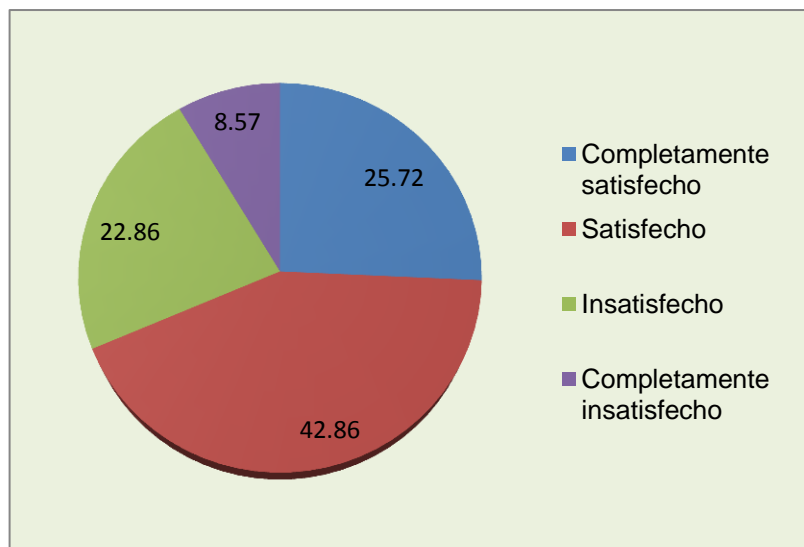
Observamos que el 37,14 % se ha enterado que existe la compañía a través de la prensa escrita, el 28,57% por internet, el 20 % por otros medios como cartas de presentación o recomendaciones, el 14, 29 % por medio de hojas volantes.

4. ¿Cuál es su nivel de satisfacción en los servicios recibidos por la Compañía?

**TABLA No. 26**

Respuesta	Porcentaje
Completamente satisfecho	25.72%
Satisfecho	42.86%
Insatisfecho	22.86%
Completamente insatisfecho	8.57%

**GRAFICO No.18**



Elaborado: Por las autoras

Fuente: Investigación Directa

### **Conclusión**

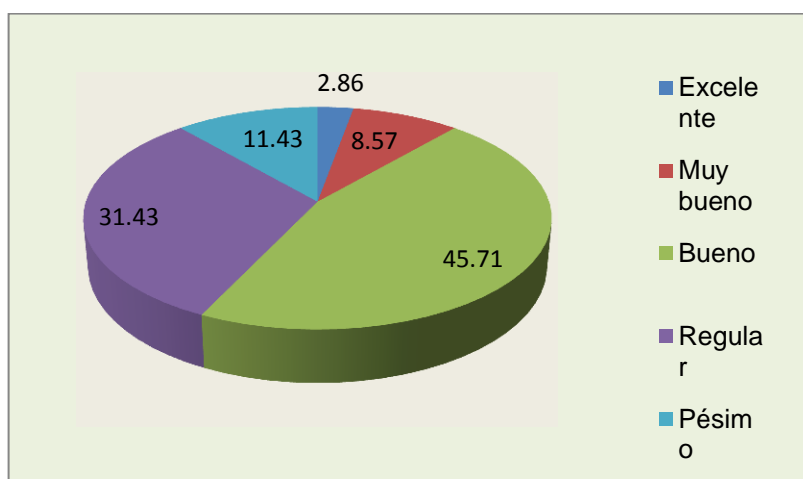
Mediante este análisis podemos observar que el 42,86% de los clientes está satisfecho, el 22,86% está insatisfecho, y el 8,57 completamente insatisfecho.

5. ¿Cómo calificaría el nivel de agilidad y cumplimiento del servicio solicitado?

**TABLA No. 27**

Respuesta	Porcentaje
Excelente	2.86
Muy bueno	8.57
Bueno	45.71
Regular	31.43
Pésimo	11.43

**GRAFICO No.19**



Elaborado: Por las autoras

Fuente: Investigación Directa

### **Conclusión**

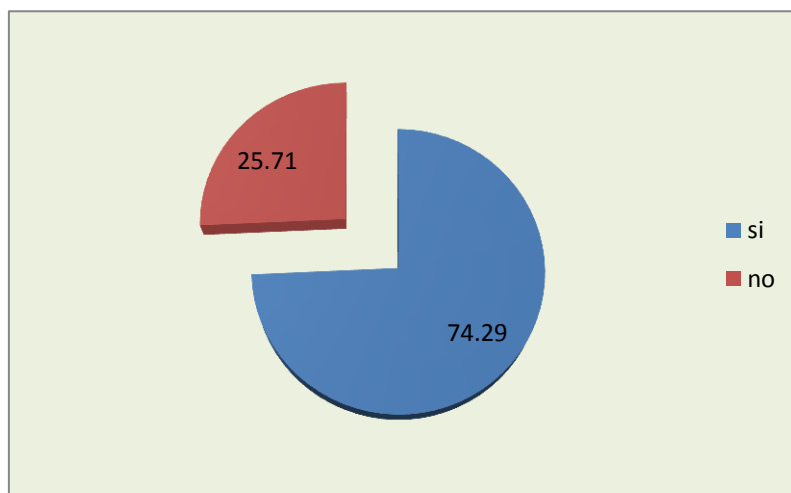
Con un 45,71% el cliente cree que es bueno el servicio, el 31,43% cree que es regular el servicio, el 11,43% cree que el servicio es pésimo, un 8,57% piensa que es muy bueno, y el 2,86 que es excelente.

6. ¿Es agradable para usted la atención que recibe de los empleados de la Compañía?

**TABLA No. 28**

Respuestas	Porcentaje
Si	74.29%
No	25.71%

**GRAFICO No.20**



Elaborado: Por las autoras

Fuente: Investigación Directa

### **Conclusión**

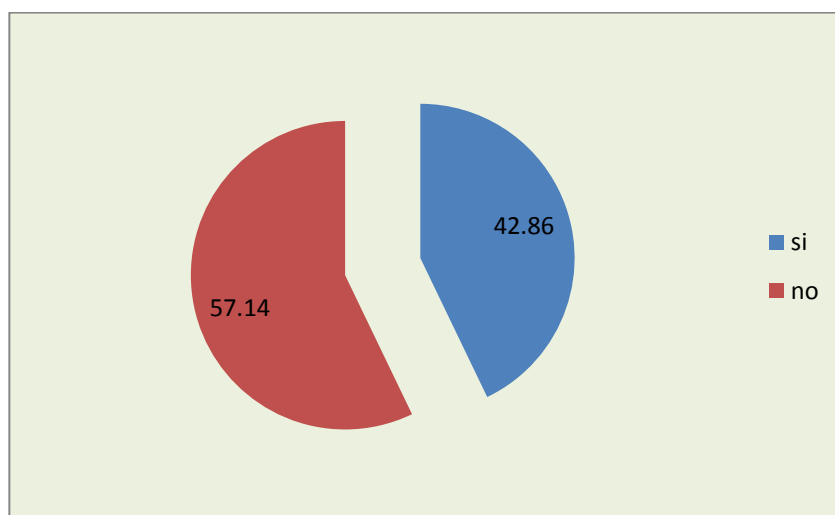
El 74,29 % afirma que es agradable la atención de los empleados de la compañía, mientras que el 25,71% dice que no es agradable la atención por parte del empleado.

7. ¿Cuándo tiene algún tipo de queja es atendido inmediatamente?

**TABLA No. 29**

Respuestas	Porcentaje
Si	42.86%
No	57.14%

**GRAFICO No. 21**



Elaborado: Por las autoras

Fuente: Investigación Directa

### **Conclusión**

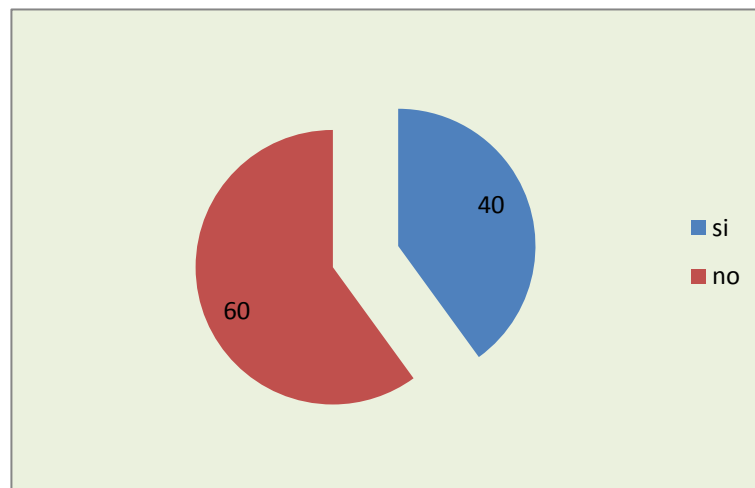
El 57.14% indica que no es atendida su queja de forma inmediata, mientras que el 42,86% dice que si es atendida su queja de forma inmediata.

8. ¿Está satisfecho con los precios establecidos, de acuerdo al servicio recibido?

**TABLA No.30**

Respuestas	Porcentaje
SI	40%
NO	60%

**GRAFICO No. 22**



Elaborado: Por las autoras

Fuente: Investigación Directa

### **Conclusión**

El cliente no está de acuerdo con el precio por el servicio recibido en un 60%, y el 40% si está de acuerdo con el precio por el servicio recibido.

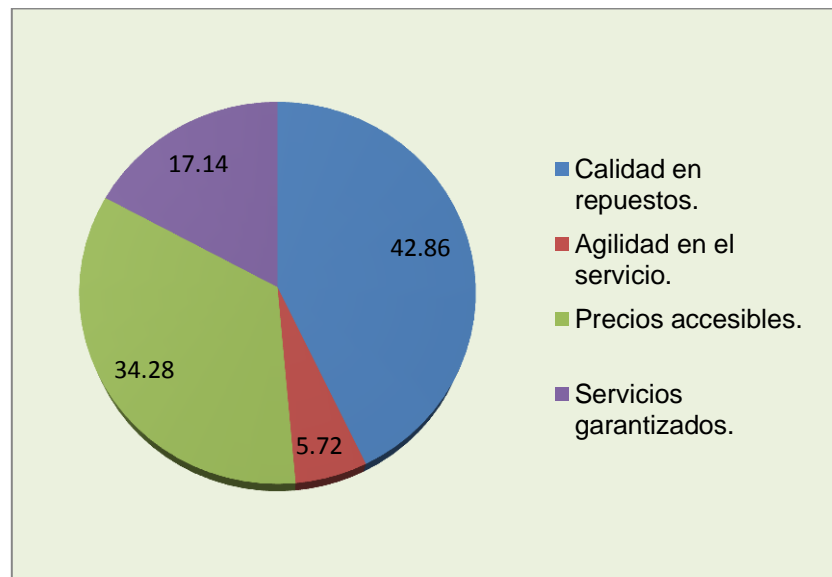


9. ¿Según su criterio en que se destaca los servicios de la compañía ELEVAL frente a la competencia?

**TABLA No. 31**

Respuestas	Porcentaje
Calidad en repuestos.	42.86%
Agilidad en el servicio.	5.72%
Precios accesibles.	34.28%
Servicios garantizados.	17.14%

**GRAFICO No. 23**



Elaborado: Por las autoras

Fuente: Investigación Directa

### **Conclusión**

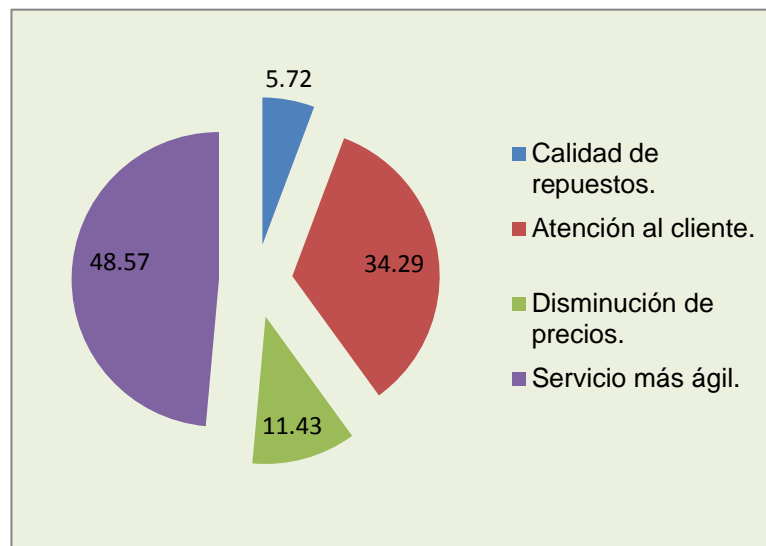
El 42,86% creen que se destaca en calidad de repuestos, el 34,29% creen que precios accesibles, el 17,14% creen que se destaca en servicio garantizado precios accesibles, el 17,14% creen que se destaca en servicio garantizado.

10. ¿Según su criterio la compañía ELEVAL en que debe realizar cambios?

**TABLA No. 32**

Respuestas	Porcentaje
Calidad de repuestos.	5.72%
Atención al cliente.	34.29%
Disminución de precios.	11.43%
Servicio más ágil.	48.57%

**GRAFICO No. 24**



Elaborado: Por las autoras

Fuente: Investigación Directa

### **Conclusión**

Se observa que el mayor porcentaje es del 48.57% que desearía cambio en servicio más ágil, luego tenemos atención al cliente, el 11.43% en disminución de precios, y el 5.72% calidad de repuestos.

## **CARACTERÍSTICA DEL CLIENTE**

Los clientes de la compañía son centros comerciales, edificios de departamentos, edificios de oficinas, entidades públicas, entidades privadas.

### **Conclusión**

La compañía en lo que respecta a los servicios necesita mejorar en su agilidad de respuesta en emergencias y quejas, ya que el crecimiento de su cartera de clientes requiere cubrir de una forma más ágil las emergencias.

Esto representa una **Oportunidad Alta** para la compañía, pero es necesario hacer los cambios que el cliente requiere y de esta manera mantenerlos satisfechos y ampliar su cartera.

### **2.3.1.2 PROVEEDORES**

Son proveedores aquellas personas físicas o jurídicas que surten a la empresa de existencias (mercaderías, materias primas, envases, etc.), que posteriormente ésta venderá, transformará o elaborará.

La Compañía Limitada ELEVA cuenta con proveedores internacionales y nacionales.

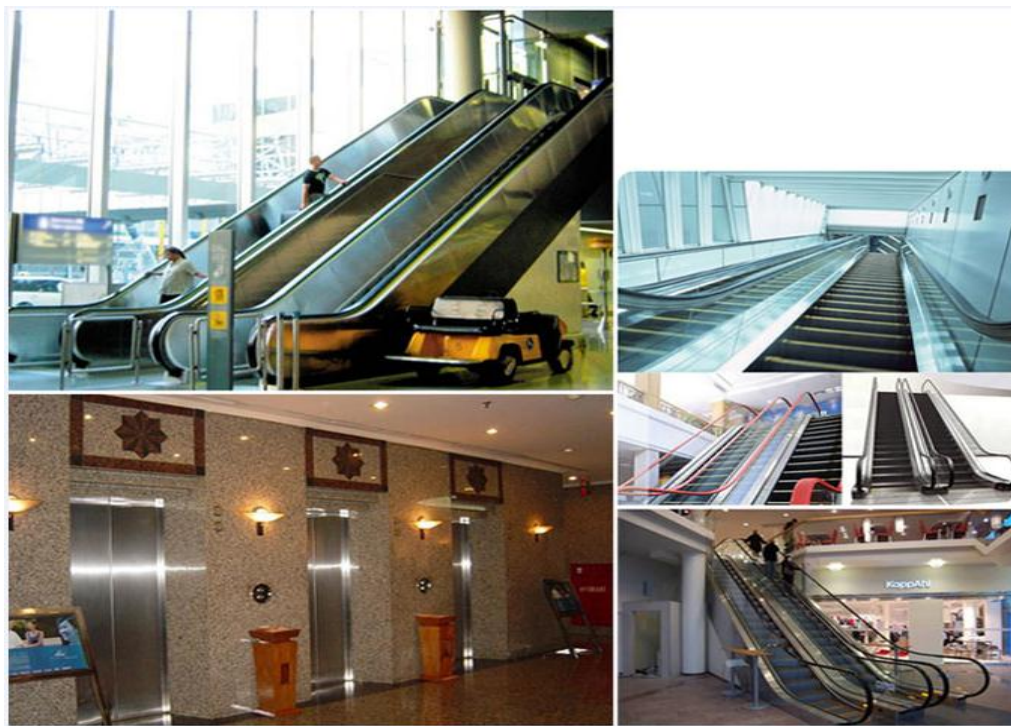
### **PROVEEDORES INTERNACIONALES**

#### **KOYO ELEVATOR CO. LTD.**

Es una empresa china profesional que fabrica ascensores, escaleras mecánicas, cintas transportadoras con las tecnologías líderes y más avanzadas como son la alemana y japonesa, hasta ahora han exportado a más de 72 países en el mundo. Los materiales finales que KOYO usa incluyen espejos grabados de acero inoxidable, cables de acero inoxidable, acero pintado.

KOYO elevadores, posee el más fiable proceso de fabricación con el sistema de control de Alemania que se aplica estrictamente a la norma europea EN115 y las normas EN81. Se ha alcanzado TUV, CE y ISO9001, certificado emitido por TÜV NORD CERT Gmb. H& Co. KG por la innovación y el desarrollo. La calidad de garantía es de 18 meses después de la fecha de entrega.

La Compañía Limitada ELEVAL compra a KOYO hace algunos años para ofrecer a sus clientes lo mejor en seguridad y tecnología, la negociación se realiza por internet, la forma de pago se hace por transferencias bancarias en dólares ellos nos envían las proformas.



## **VARIADORES S.A.**

Es una empresa con gran reconocimiento en el mercado Colombiano por su calidad, servicio, solidez y respaldo y esta abriendo sus fronteras lo cual ha permitido llegar a mercados de otros países tales como Perú, Ecuador, Costa Rica, Panamá y Venezuela. Cuenta con oficinas propias en las ciudades de Medellín, Bogotá, Barranquilla, Cali y Manizales.

Cuenta con la certificación ISO 9001:2000, la cual garantiza la eficacia en todos nuestros procesos, lo que es un respaldo de calidad para nuestros clientes y un reto de mejora continua para nosotros.

Esta empresa ofrece productos de calidad como son:

Motor reductor de varios modelos.



Variadores de velocidad varios modelos.



La Compañía Limitada ELEVAL negocia con la empresa Variadores S.A. vía internet o telefónicamente, envían proformas si son convenientes se envía a una persona a cerrar el negocio o ellos envían el producto por servientrega, el valor se deposita en cuentas de la empresa.

### **COMPAÑÍA MGTI**

La compañía está ubicada en Francia, desde hace algún tiempo importa un sinnúmero de repuestos para toda marca de ascensores como son Schindler, Otis, Sabiem, entre otros, su larga trayectoria y experiencia hacen que se encuentre como una de las mejores en repuestos 100% originales.

La compañía ELEVAL compra repuestos para ascensores a MGTI la negociación se la realiza por internet envían proformas si conviene se hace el depósito por adelantado y ellos envían el producto.

### **PROVEEDORES NACIONALES**

#### **AEROANDESTRANS.-** Servicio de Aduanas

#### **INASEL Cía. Ltda.**

Es una empresa nos suministra materiales y equipos eléctricos de alta calidad como: SIEMENS, COMEPI, FLASH, FINDER, CROUSE HINDS, GREEN LEE, OSRAM, LEGRAND entre otras y complementar el servicio con la instalación y montaje de los mismos, así como la asesoría técnica especializada para su buen uso.

Disponen de gran variedad de suministros eléctricos entre los cuales tenemos:

- \* Equipos eléctricos de control industrial
- \* Tableros eléctricos
- \* Equipos de señalización y mando
- \* Equipos eléctricos
- \* Equipos a prueba de explosión
- \* Herramientas
- \* Iluminación
- \* Materiales para media tensión
- \* Cables eléctricos

### **KYWI SUPERCENTRO FERRETERO**

Desde 2005, su expansión en el mercado ha crecido y se han elevado los índices de fidelidad de los clientes. La empresa inició un proceso de crecimiento regional, abriendo locales y ratificando su presencia, sobre todo en la Sierra.

Como valor agregado al cliente, actualmente, Súper centro Ferretero KYWI ofrece asesoramiento profesional, instalación y garantía de los productos.

Ofrece variedad de productos en ferretería, la compañía ELEVAL adquiere lo necesario en materiales eléctricos, herramientas y otros.

### **MAQUINARIAS HENRÍQUEZ**

Maquinarias Henríquez CA., fue fundada en 1946 y desde entonces somos distribuidores de las marcas europeas y americanas más prestigiosas a nivel mundial de suministros para industrias y talleres (variadores y motores).

## **OTECE**

Es una importadora de materiales eléctricos, contactores.

## **INGECABLES**

Es una importadora que ofrece material eléctrico, como cables de tracción para ascensores con tecnología alemana, y americana.

## **ING. VELASTEGUI**

Ofrece piezas en acrílico, guías para puertas de ascensores, rulos, también dan el servicio de rectificación de piezas.

Estos proveedores a la compañía ELEVAL le dan crédito de 30 a 60 días dependiendo el monto de la compra.

## **Conclusión**

La importación directa es una **Oportunidad Alta** ya que se disminuye el costo porque se compra directamente al productor y se minimiza los canales de distribución.

En lo que respecta a los proveedores nacionales la búsqueda de nuevas opciones es una **Oportunidad Media** para la compañía ya que siempre obtiene productos calificados que cumplen con los requerimientos del cliente, en cuanto a calidad, precio y cantidad.

### **2.3.1.3 COMPETENCIA**

La competencia es la contienda o rivalidad entre dos o más personas donde cada una de ellas pone en juego su actitud y competencia técnica para poder demostrar que uno es más competente que otro cuando aspiran la misma cosa.



Una de las preocupaciones centrales de toda empresa es el hecho de enfrentarse a la competencia, la cual se ha visto fortalecida por el fenómeno de la globalización y las exigencias cada vez más fuertes por parte de los consumidores por comprar productos de mayor calidad y precios competitivos, todo ello ha permitido que las empresas nacionales no solo compitan entre ellas sino que ahora lo hacen con mayor intensidad con empresas extranjeras.

Por tanto los accionistas de la Compañía Limitada ELEVAL deben poner énfasis en el estudio de la competencia por ser un tema tan trascendental y preocupante para el éxito de los negocios.

La competencia se determina mediante la propiedad de un conjunto de actividades de una organización que puede contribuir a mejorar su desempeño y crear más valor para la empresa, y entre estas actividades tenemos: las innovaciones tecnológicas, una cultura de calidad, un pensamiento de mejora continua, una buena implementación, la eliminación de errores y la existencia de un liderazgo a plenitud.

Se entiende también como un mecanismo que permite organizar mejor la producción y las ventas tomando en consideración los criterios de:

- Satisfacción de las necesidades y deseos de los clientes.
- Instalación, reparación y mantenimiento de calidad, sin fallas ni errores.
- Precios atractivos para el cliente.

A continuación podemos observar la competencia de la Compañía Limitada ELEVAL en Quito según la Superintendencia de Compañías:

**TABLA No. 33**  
**LISTA DE COMPAÑÍAS LEGALMENTE REGISTRADAS**  
**EN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS**  
**COMPETENCIA DE COMPAÑÍA LIMITADA ELEVALL**

<b>No.</b>	<b>DENOMINACION_</b>	<b>TIPO</b>	<b>BARRIO</b>
1	ELECTRO ECUATORIANA SA COMERCIAL E INDUSTRIAL	Anónima	Iñaquito
2	INGENIERIA Y DISEÑO ELECTRONICO I&DE S.A.	Anónima	Altamira
3	INGENIERIA DE ASCENSORES DUNEDIN S.A.	Anónima	La Jipijapa
4	ASCENSORES ECUATORIANOS SIGMAOTIS S.A.	Anónima	El Batán
5	ELEVIMPORT S.A.	Anónima	El Batán
6	CORREA & HERMANOS COMPAÑIA LIMITADA DE	Limitada	Monte serrín
7	CORPORACION ECUATORIANA DE ASCENSORES	Limitada	El Ejido
8	ELEVADORES Y COMERCIO ELEVACO CIA. LTDA.	Limitada	Monjas 2
9	TECNOELEVADORES CIA. LTDA.	Limitada	La Carolina
10	MUBELEC CIA. LTDA	Limitada	Aeropuerto
11	ASCENSORES Y TECNOLOGIA ASYTEC CIA. LTDA	Limitada	Luluncoto
12	LIMAICOPILLO CIA. LTDA.	Limitada	El Tránsito
13	TKE ELEVADORES CIA. LTDA.	Limitada	La Mariscal

Elaborado: Por las autoras

Fuente: Superintendencia de Compañías

**TABLA No. 34**  
**COMPETENCIA EN PORCENTAJES**

COMPETENCIA EN MANTENIMIENTO, INSTALACIÓN, MODERNIZACIÓN , REPARACIÓN DE ASCENSORES	
ELECTRO ECUATORIANA SA COMERCIAL E INDUSTRIAL	19%
INGENIERIA Y DISEÑO ELECTRONICO I&DE S.A.	4%
INGENIERIA DE ASCENSORES DUNEDIN S.A.	6%
ASCENSORES ECUATORIANOS SIGMAOTIS S.A.	5%
ELEVIMPORT S.A.	10%
CORREA & HERMANOS COMPAÑIA LIMITADA DE COMERCIO COHECO CIA. LTDA.	4%
CORPORACION ECUATORIANA DE ASCENSORES ECUASCENSORES C.L.	6%
ELEVADORES Y COMERCIO ELEVACO CIA. LTDA.	5%
TECNOELEVADORES CIA. LTDA.	6%
MUBELEC CIA. LTDA	7%
ASCENSORES Y TECNOLOGIA ASYTEC CIA. LTDA	11%
LIMAICOPILLO CIA. LTDA.	6%
TKE ELEVADORES CIA. LTDA.	7%
ELEVAL CIA. LTDA.	4%
	100%

Elaborado: por las autoras

Fuente: Elaboración propia a partir de información proporcionada por la Superintendencia de Compañías.

### **Conclusión**

Se observa que el mayor porcentaje del mercado de Quito abarca la empresa ELECTRO ECUATORIANA S.A. el 19%, la Compañía Limitada ELEVAL cuenta con un 4% del mercado, por lo que vemos que la empresa puede superar sus debilidades y se encuentra en el inicio de aprovechar sus fortalezas.

#### **2.3.1.4 ORGANISMOS DE CONTROL**

La Compañía Limitada ELEVAL está controlada por los siguientes organismos:

##### **Superintendencia de Compañías**

Es un órgano de control y vigilancia que tiene afinidad con el Registro de la Propiedad y con el Registro Mercantil en donde se lleva el registro de Sociedades en base a las copias que los funcionarios respectivos del Registro Mercantil deben remitirles.

Según la Constitución de 1979 en Art. 115, se expresa:

“La Superintendencia de Compañías es el organismo técnico y autónomo que vigila y controla la organización, actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías, en las circunstancias y condiciones establecidas por la ley”.

La Compañía Limitada ELEVAL está controlada por la Superintendencia, paga contribuciones anuales en un porcentaje mínimo según los balances que presente, a esto debe adjuntar informes de gerencia y actas de reunión.

**SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS**  
**REGISTRO DE SOCIEDAD**

---

**DATOS GENERALES DE LA COMPAÑÍA**

**Nombre:** ELEVAL SERVICIOS DE MANTENIMIENTO, REPARACIÓN Y MODERNIZACIÓN DE ASCENSORES.

**Expediente:** 150908

**Fecha Constitución:** 16/12/2003

**RUC:** 1791911458001

**Nacionalidad:** ECUADOR

**Oficina:** QUITO

**Situación Legal:** ACTIVA

**Plazo Social:** 16/12/2053

**Tipo Compañía:**

RESPONSABILIDAD LIMITADA

---

**DIRECCIÓN LEGAL**

**Provincia:** PICHINCHA

**Cantón:** QUITO

**Ciudad:** QUITO

---

**DIRECCIÓN POSTAL**

**Provincia:** PICHINCHA

**Cantón:** QUITO

**Ciudad:** QUITO

**Calle:** AV. 10 DE AGOSTO

**Número:** N26-52

**Intersección:** ASCAZUBI

**Edificio:** PROAÑO **Piso:** 3

**Teléfono:** 2567-270

**Fax:** 2567-270

---

**ACTIVIDAD ECONÓMICA**

Mantenimiento, Reparación y Modernización de ascensores, compra venta, instalación de ascensores y partes.

---

**CAPITALES**

**Capital Suscrito:** USD \$ 400,00

**Capital Autorizado:** USD\$0,00

**Valor x Acción:** USD \$ 1,00

---

**ADMINISTRADORES DE LA COMPAÑÍA**

RUC	NOMBRE	NACIONALIDAD	CARGO
1712070406	POZO MARIO	ECUATORIANA	GERENTE
1702339639	MORA JORGE	ECUATORIANA	PRESIDENTE
1713897286	POGO ALEIDA	ECUATORIANA	GERENTE ADMINISTRATIVO

Elaborado: Por las autoras

Fuente: Superintendencia de Compañías

**Servicio de Rentas Internas**

Compañía Limitada ELEVAL está obligada a llevar contabilidad según normas del Servicio de Rentas Internas.

De conformidad con el Art. 19 de la Ley de Régimen Tributario Interno el Art. 37 de su Reglamento, están obligadas a llevar contabilidad todas las sucursales y establecimientos permanentes de compañías extranjeras y las sociedades definidas como tales en la Ley de Régimen Tributario Interno, están obligadas a llevar contabilidad.

Igualmente, están obligadas a llevar contabilidad, las personas naturales y las sucesiones indivisas que realicen actividades empresariales y que operen con un capital propio que al inicio de sus actividades económicas o al 1o. de enero de cada ejercicio impositivo hayan superado los USD 60.000 o cuyos ingresos brutos anuales de esas actividades, del ejercicio fiscal inmediato anterior, hayan sido superiores a USD 100.000 o cuyos costos y gastos anuales, imputables a la actividad empresarial, del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a USD 80.000. Se entiende como capital propio, la totalidad de los activos menos pasivos

que posea el contribuyente, relacionados con la generación de la renta gravada.

La compañía está obligada a llevar contabilidad, debe presentar mensualmente la declaración del Impuesto al Valor Agregado (IVA), retenciones en la fuente mensual, anexos transaccionales mensuales, anexos de relación dependencia anual, Impuesto a la Renta, estas declaraciones se realizan exclusivamente en medio magnético vía internet.

## **Municipio**

A partir del 19 de octubre del 2010 rige, según la ley, la obligatoriedad de obtener la Patente Municipal antes de solicitar un Registro Único de Contribuyentes, RUC, en el Servicio de Rentas Internas.

Este requisito previo se sustenta en base a los artículos 546 y 551 del Código Orgánico de Organización, Autonomía y Descentralización, COOTAD, así como en la Ordenanza Metropolitana número 339.

El impuesto a la patente municipal se lo establece para personas naturales, jurídicas, sociedades nacionales o extranjeras domiciliadas o con establecimiento en el Distrito Metropolitano de Quito, que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales. La tarifa que se aplica es anual en función del patrimonio. El valor mínimo está fijado en 10 dólares y el máximo en 25.000 dólares.

Así, para el 2011, el total de personas que pagarán este impuesto es de 134.140, cifra muy por debajo de los 750.000 contribuyentes que deben cancelar sus impuestos prediales. La compañía paga anualmente valores de 15 a 20 dólares, permiso de bomberos, impuesto del 1 por 1000 de los balances declarados.

### **Conclusión**

Las empresas ecuatorianas, compañías limitadas y sociedades anónimas, están amparadas bajo las leyes de compañías y otros organismos que garantizan el funcionamiento normal de estas. En el caso de Compañía Limitada ELEVAL, está legalmente constituida, inscrita en la Superintendencia de Compañías y cumple con todas sus obligaciones tributarias y con los beneficios de los empleados.

La seguridad jurídica es una **Fortaleza Alta** para la Compañía.

### **IESS (INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURO SOCIAL)**

Los derechos de los trabajadores a la Seguridad Social son irrenunciables. (Art. 34 de la Constitución de la República del Ecuador y Art. 4 del Código del trabajo). Son sujetos del Seguro General Obligatorio, en calidad de afiliados, todas las personas que perciben ingresos por la ejecución de una obra o la prestación de un servicio físico o intelectual, con relación laboral o sin ella; en particular.

- a. El trabajador en relación de dependencia;
- b. El trabajador autónomo;
- c. El profesional en libre ejercicio;
- d. El administrador o patrono de un negocio;
- e. El dueño de una empresa unipersonal;
- f. El menor trabajador independiente; y,
- g. Los demás asegurados obligados al régimen del Seguro General Obligatorio en virtud de leyes y decretos especiales.



**TABLA No.35**

**PORCENTAJES DE APORTACIONAL IESS**

<b>TRABAJADORES DEL SECTOR PRIVADO BAJO RELACIÓN DE DEPENDENCIA</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>PERSONAL</b>	<b>PATRONAL</b>	<b>TOTAL</b>
S. INVALIDEZ, VEJEZ Y MUERTE	6,64	3,10	9,74
S. SALUD	0,00	5,71	5,71
S. RIESGO DEL TRABAJO	0,00	0,55	0,55
S. CESANTÍA	2,00	1,00	3,00
S. SOCIAL CAMPESINO	0,35	0,35	0,70
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	0,36	0,44	0,80
<b>TOTAL DEAPORTES</b>	<b>9,35</b>	<b>11,15</b>	<b>20,50</b>

Elaborado: Por las autoras

Fuente: IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguro Social)

### **Conclusión**

La compañía Limitada ELEVAL cumple con la responsabilidad de asegurar a todos sus trabajadores, pagando puntualmente todas las aportaciones que por ley les corresponde a sus trabajadores.

### **2.3.2 MACRO AMBIENTE**

El macro ambiente de la empresa está compuesto por las fuerzas que dan forma a las oportunidades o presentan una amenaza para la empresa. Los factores más importantes que influyen en el macro ambiente son: factores económicos, políticos, sociales, tecnológicos, ambientales legales.

### **2.3.2.1 FACTORES ECONÓMICOS**

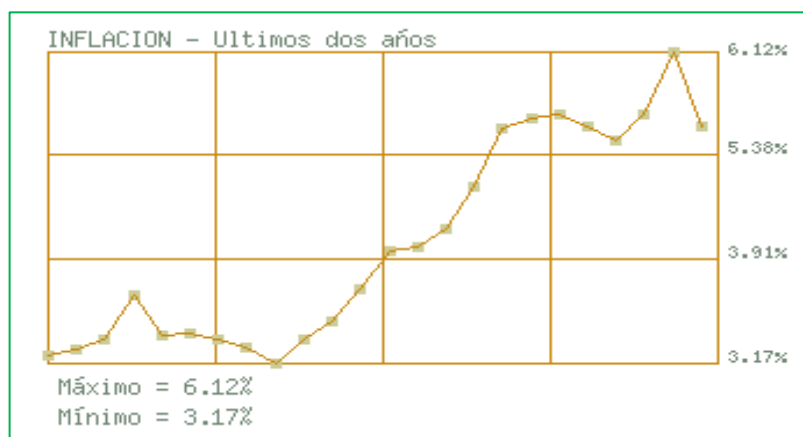
Las condiciones económicas son de fundamental importancia para el planeamiento estratégico dado que inciden no sólo en el tamaño y atractivo de los mercados que la empresa atiende, sino en la capacidad de ésta para atenderlos rentablemente. Por lo tanto, es importante que la Compañía Limitada ELEVAL observe el ambiente económico y traten de identificar las probables direcciones de la inflación, las tasas de interés, el crecimiento económico, los costos y la disponibilidad de los materiales; los patrones cambiantes en la forma de gastar del consumidor entre la gran variedad de factores que afectan el poder adquisitivo del consumidor y sus patrones de gastos, debido a que los consumidores en diferentes niveles de ingresos tienen también patrones de gasto y preferencias diversas.

### **VARIABLES ECONÓMICAS**

#### **INFLACIÓN**

Es el crecimiento continuo y generalizado de los precios de los bienes y servicios existentes en una economía. A continuación se presenta un gráfico del comportamiento de este indicador económico en los últimos dos años y una tabla del comportamiento mensual del mismo desde junio del 2010, la cual demuestra mantenerse en un rango estable, con variaciones de un punto y con tendencia a la alza en el primer trimestre de este año.

## GRAFICO No.25 INFLACIÓN



Elaborado: Por las autoras

Fuente: Banco Central del Ecuador

## TABLA No.36

### INFLACIÓN

FECHA	VALOR
Abril - 30 - 2012	5.42%
Marzo - 31 - 2012	6.12%
Febrero - 29 - 2012	5.53%
Enero - 31 - 2012	5.29%
Diciembre - 31 - 2011	5.41%
Noviembre - 30 - 2011	5.53%
Octubre - 31 - 2011	5.50%
Septiembre - 30 - 2011	5.39%
Agosto - 31 - 2011	4.84%
Julio - 31 - 2011	4.44%
Junio - 30 - 2011	4.28%
Mayo - 31 - 2011	4.23%
Abril - 30 - 2011	3.88%
Marzo - 31 - 2011	3.57%
Febrero - 28 - 2011	3.39%
Enero - 31 - 2011	3.17%
Diciembre - 31 - 2010	3.33%
Noviembre - 30 - 2010	3.39%
Octubre - 31 - 2010	3.46%
Septiembre - 30 - 2010	3.44%
Agosto - 31 - 2010	3.82%
Julio - 31 - 2010	3.40%
Junio - 30 - 2010	3.30%
Mayo - 31 - 2010	3.24%

Elaborado: Por las autoras

Fuente: Banco Central del Ecuador

El fenómeno inflacionario alto, afecta totalmente el poder adquisitivo de las personas además la constante subida generalizada y permanente de precios de los bienes y servicios afectan a los costos de la empresa, a los consumidores a quienes se les traslada el aumento de los costos que sufre la empresa, esto genera en un aumento de costo de vida.

El crecimiento de la inflación en el país representa una **Amenaza Alta** para la compañía debido a la constante variación en los costos.

Tasas cobradas por las entidades financieras a sus clientes. Los datos obtenidos, son referencias establecidas por el Banco Central del Ecuador, mismos que presentan variaciones. La tasa sugerida es de 8.37%.

ACTIVA - Ultimos dos años

Año	ACTIVA (%)
2007	9.04%
2008	9.04%
2009	8.82%
2010	8.65%
2011	8.39%
2012	8.65%
2013	8.39%
2014	8.39%
2015	8.39%
2016	8.17%

Máximo = 9.04%

Mínimo = 8.17%

99

**TABLA No. 37 TASA DE INTERES ACTIVA**

FECHA	VALOR
Mayo-31-2012	8.17 %
Abril-30-2012	8.17 %
Marzo-31-2012	8.17 %
Febrero-28-2012	8.17 %
Enero-31-2012	8.17 %
Diciembre-31-2011	8.17 %
Noviembre-30-2011	8.17 %
Octubre-30-2011	8.17 %
Septiembre-30-2011	8.37 %
Agosto-31-2011	8.37 %
Julio-31-2011	8.37 %
Junio-30-2011	8.37 %
Mayo-31-2011	8.34 %
Abril-30-2011	8.34 %
Marzo-31-2011	8.65 %
Febrero-28-2011	8.25 %
Enero-31-2011	8.59 %
Diciembre-31-2010	8.68 %
Noviembre-30-2010	8.94 %
Octubre-31-2010	8.94 %
Septiembre-30-2010	9.04 %
Agosto – 31 – 2010	9.04 %
Julio – 31 – 2010	8.99 %
Junio – 30 – 2010	9.02 %

Elaborado: Por las autoras

Fuente: Banco Central del Ecuador

### **Conclusión**

La tasa de interés activa afecta a la empresa en su flujo de efectivo ya que al momento de buscar financiamiento el monto de interés pagado es alto debido a la tasa activa, además debido a la variación de la misma no se puede determinar con exactitud el flujo futuro, lo que hace que la empresa trabaje con valores aproximados.

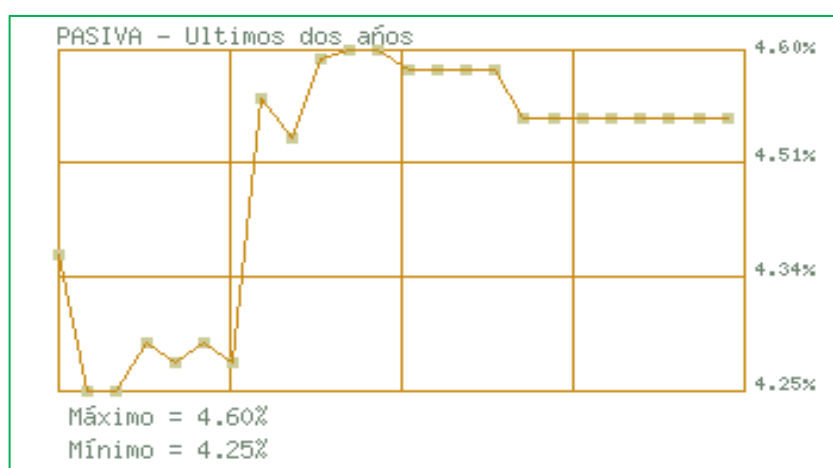
Se puede observar en la tabla No. 37, que en los dos últimos meses no ha existido un alza.

La disminución de la tasa de interés es una **Oportunidad Media** para la empresa ya que el costo de financiación es menor y la empresa puede aprovechar esta para realizar sus operaciones de importación.

## TASA DE INTERES PASIVA

Es el porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita dinero mediante cualquiera de los instrumentos que para tal efecto existen. En los años 2010 al 2011 se presentaron las siguientes variaciones:

**GRAFICO No. 27 TASA DE INTERES PASIVA**



Elaborado: Por las autoras

Fuente: Banco Central del Ecuador

**TABLA No. 38 TASA DE INTERÉS PASIVA**

FECHA	VALOR
Mayo-31-2012	4.53 %
Abril-30-2012	4.53 %
Marzo-31-2012	4.53 %
Febrero-29-2012	4.53 %
Enero-31-2012	4.53 %
Diciembre-31-2011	4.53 %
Noviembre-30-2011	4.53 %
Octubre-31-2011	4.53 %
Septiembre-30-2011	4.58 %
Agosto-31-2011	4.58 %
Julio-31-2011	4.58 %
Junio-30-2011	4.58 %
Mayo-31-2011	4.60 %

Abril-30-2011	4.60 %
Marzo-31-2011	4.59 %
Febrero-28-2011	4.51 %
Enero-31-2011	4.55 %
Diciembre-31-2010	4.28 %
Noviembre-30-2010	4.30 %
Noviembre -29-2010	4.28 %
Octubre – 30 – 2010	4.30 %
Septiembre-30-2010	4.25 %
Agosto – 31 – 2010	4.25 %
Julio – 31 – 2010	4.39 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado: Por las autoras

## Conclusión

La tasa de interés pasiva afecta a la empresa de una manera positiva, ya que esta tasa ofrece ingresos por las inversiones que posee la empresa en bancos nacionales.

La disminución de la tasa pasiva es una **Amenaza Baja** para la empresa, ya que no brinda seguridad en el monto de ingresos presupuestados.

## IMPORTACIÓN

### Aranceles

Un arancel es un impuesto o gravamen que se aplica a los bienes que son objeto de importación o exportación.

Derecho de aduana que grava las mercancías importadas por un país y que constituye el instrumento por excelencia del proteccionismo, favoreciendo a los productores nacionales.

Las tasas arancelarias inciden en los costos que implica poner a disposición del cliente los productos pues son tasas que rigen la importación de los productos del exterior.

En el caso de la empresa analizaremos la situación de importación de uno de los países con los que se mantienen relaciones de importación frecuentes como es China.

China ocupa actualmente el tercer lugar en importancia entre los países que comercian (después de los Estados Unidos y las Comunidades Europeas). Sin embargo el producto Chino es mucho más barato.

### **Conclusión:**

Los aranceles que se pagan tanto por importación como exportaciones se puede considerar como **Amenaza Alta** por el alza de aranceles a la importación de bienes en el Ecuador, ya que el país no tiene ningún acuerdo de libre comercio o unilateral con China, lo que incrementa el costo del producto importado, y le quita a la empresa puntos al competir en cuanto a precios además que representa más salida de efectivo lo que afecta la liquidez de la empresa ya que la importación debe ser cancelada al proveedor en China y además se deben realizar pagos de tramites en la aduana del Ecuador en el menor tiempo posible, ya que si la mercadería se queda en aduana el costo es aún más alto.

Los acuerdos de libre comercio o bilaterales con otros países pueden ser una **oportunidad alta**, los costos de productos en China son más baratos debido al avance productivo y comercial de este país, con el costo del producto más bajo la empresa se beneficia y puede adquirirlo en mayor cantidad, sin dejar de lado que las negociaciones con China se hacen mucho más rápido lo que agiliza la venta en el Ecuador y le permite ala empresa ser competitiva en cuanto a tiempo de entrega.

### **2.3.2.2 FACTORES SOCIALES**

El entorno cultural está compuesto por instituciones y otros elementos que afectan los valores, las percepciones, las preferencias y los comportamientos básicos de la sociedad. Las personas, al crecer en una sociedad dada, la cual conforma sus valores y creencias fundamentales, absorben una visión del mundo que define sus relaciones con los demás y consigo mismas.



El ambiente social se compone de actitudes, formas de ser, expectativas, grados de inteligencia y educación, creencias y costumbres de las personas de un grupo o sociedad determinados.

En los actuales tiempos buscamos el valor, la calidad y la seguridad de los productos, nuestra preocupación real va más allá, extendiéndose al ambiente físico. Día con día nos sensibilizamos más acerca de nuestro entorno ecológico y tratamos de cuidar nuestro hábitat, modificando los patrones de consumo.

### **Conclusión**

La Compañía Limitada ELEVALL contribuye en lo social ya que un ascensor es de gran ayuda para los minusválidos, ya que les ayudan en gran parte a realizar sus tareas cotidianas, los montacargas son muy útiles para las empresas de construcción, ya que con ellos pueden subir materiales fácilmente, los montacargas pueden ser de dos tipos, uno sólo exclusivamente para transportar materiales, y otros que pueden transportar materiales y personas, para centros comerciales o tiendas con dos o más alturas, también se pueden instalar escaleras mecánicas para facilitar el acceso a varias plantas del edificio, elevadores que se utilizan en hospitales para transportar pacientes, camillas, equipos quirúrgicos.

Esto representa una **Oportunidad Media** ya que la compañía puede aprovechar de esta necesidad para abrir más mercados.

### **2.3.2.3 FACTORES LEGALES**

Se refiere al conjunto de normas jurídicas que ordenan la actividad de la empresa. La actividad legislativa del Estado abarca todos los campos necesarios para regular la convivencia social. Los campos que más específicamente afectan a las empresas son el fiscal, el mercantil y el laboral, aunque ha de quedar claro que no son los únicos y que puede haber legislación en campos más generales que afectan también a la actividad empresarial,

Todo gerente está rodeado de una maraña de leyes, reglamentos y jurisprudencia, no sólo a nivel nacional sino también estatal y municipal. Es relativamente poco lo que puede hacer el gerente de cualquier empresa que no esté en cierta forma relacionado y con frecuencia, controlado por una ley o norma.

### **Conclusión**

La Compañía Limitada ELEVAL está legalmente constituida, cumple con sus declaraciones mensuales IVA, Impuesto a la Renta, cumple con la obligación de llevar Contabilidad, en lo que se refiere al Seguro Social todos sus trabajadores están afiliados legalmente.

Esto es una **Oportunidad Media** para la compañía ya que al estar constituida legalmente puede desempeñar sus funciones libremente en todo el territorio nacional.

### **2.3.2.4 FACTORES POLÍTICOS**

Las actitudes y las acciones de los legisladores y líderes políticos y gubernamentales cambian con el flujo y reflujo de las demandas y creencias sociales.

El gobierno afecta prácticamente a todas las empresas y todos los aspectos de la vida. En cuanto a lo referente a los negocios, desempeña dos papeles principales: los fomenta y los limita. Cabe también mencionar que el gobierno también es el mayor cliente, pues compra bienes y servicios.

Dependiendo de la ideología del partido político que esté en el poder se establecerán unas directrices u otras respecto a aspectos relacionados con el aumento desempleo, tipos de contratos, subvenciones, impuestos, etc. y esto repercutirá en la empresa.

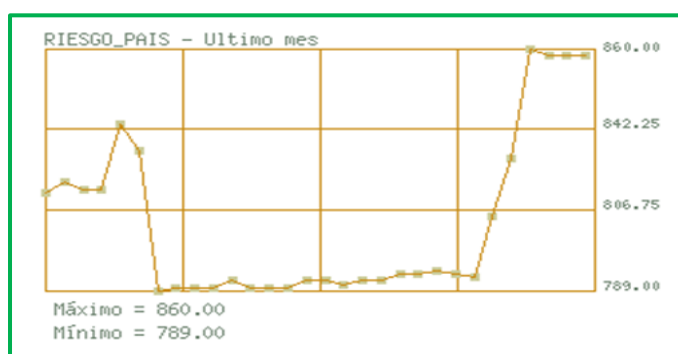
Una empresa de un país caracterizado por una estabilidad política, tendrá una mayor estabilidad económica que aquella que esté en un país políticamente inestable.

En la actualidad hay estabilidad política lo que significa una **Oportunidad Alta**, para la empresa y las negociaciones con proveedores del exterior.

## Riesgo País

El riesgo país es el riesgo de una inversión económica debido sólo a factores específicos y comunes a un cierto país. Puede entenderse como un riesgo promedio de las inversiones realizadas en cierto país.

**GRAFICO No. 28 RIESGO PAIS**



Elaborado: Por las autoras

Fuente: Banco Central del Ecuador

**TABLA No. 39**

ABLA No. 38	VALOR
Mayo-18-2012	858.00
Mayo-17-2012	858.00
Mayo-16-2012	858.00
Mayo-15-2012	860.00
Mayo-14-2012	828.00
Mayo-11-2012	811.00
Mayo-10-2012	793.00
Mayo-09-2012	794.00
Mayo-08-2012	795.00
Mayo-07-2012	794.00
Mayo-04-2012	794.00
Mayo-03-2012	792.00
Mayo-02-2012	792.00
Mayo-01-2012	791.00

Abril-30-2012	792.00
Abril-27-2012	792.00
Abril-26-2012	790.00
Abril-25-2012	790.00
Abril-24-2012	790.00
Abril-23-2012	792.00
Abril-20-2012	790.00
Abril-19-2012	790.00
Abril-18-2012	790.00
Abril-17-2012	789.00
Abril-16-2012	830.00
Abril-13-2012	838.00
Abril-12-2012	819.00
Abril-11-2012	819.00
Abril-10-2012	821.00
Abril-09-2012	818.00

Elaborado: Por las autoras

Fuente: Banco Central del Ecuador

## Conclusión

En la tabla No.39 no muestra cambios en este índice esto indica la seguridad política que vive el país, por tanto las negociaciones con otros países es más factible para aumentar la importación de bienes.

Las empresas ubicadas en naciones con elevado riesgo se encuentran en desventaja respecto a empresas ubicadas en naciones con menor riesgo país, tanto a la hora de vender productos o al enfrentarse a nuevas inversiones.

Este índice se mantiene estable sin variaciones lo que representa una **oportunidad alta**, a la compañía esto le favorece en sus inversiones.

### 2.3.2.5 FACTORES AMBIENTALES

El entorno físico se refiere a los recursos naturales que rodean a la empresa, tales como: la topografía, el potencial hidroeléctrico, clima, ambiente de trabajo, disponibilidad de recursos básicos y técnicos, regulaciones ambientales por parte del Gobierno, aceptación o rechazo ambiental a la actividad comercial etc.

Tales recursos se aprovecharán acorde a las actividades de la empresa.

El análisis de esta variable es fundamental para la mercadotecnia, además es imprescindible el estudio del crecimiento de la población con

respecto a la conformación geográfica del lugar donde se asienta ésta. El ambiente demográfico revela una era de estructura versátil, un variado perfil de la familia, desplazamientos geográficos de los habitantes, a la vez de una población cada vez mejor preparada y una creciente diversidad étnica y racial, sólo por mencionar algunos aspectos.

Las variaciones en algunas características demográficas como los niveles de edad, la distribución geográfica, las tasas de nacimiento y crecimiento de la población, son de particular importancia para los especialistas en mercadeo de bienes de consumo, puesto que las transformaciones en las características de la población frecuentemente producen cambios en el número de consumidores con ciertas necesidades.

### **Conclusión**

La Compañía ELEVAL Limitada se encuentra ubicada en una zona céntrica del Distrito Metropolitano de Quito, el sector es accesible y comercial esto favorece a la empresa para cumplir a tiempo con sus clientes.

Esto representa una **oportunidad media** para la compañía.

### **2.3.2.6 FACTORES TECNOLÓGICOS**

Las nuevas tecnologías crean oportunidades y nuevos mercados, toda empresa debe prever cambios tecnológicos de lo contrario los productos o servicios ofertados se encontrarían obsoletos y disminuirían las ventas incluso correría el riesgo que una empresa quiebre. La innovación tecnológica brinda la posibilidad de combinar las capacidades técnicas, financieras, comerciales y administrativas esto permite el lanzamiento al mercado de nuevos y mejores servicios.

Algunos beneficios de la tecnología son: mayor productividad, estándares más altos de vida, más tiempo de descanso y una mayor variedad de productos.

La tecnología tiene un rol muy importante en la compañía ya que gracias a las comunicaciones vía e-mail las negociaciones con proveedores y clientes tanto nacionales como internacionales se agilitan. El contar con un servidor de Internet Banda ancha le brinda a la empresa la oportunidad de agilizar sus compras y ventas, y en el ámbito financiero mantenerse al día con el saldo de sus cuentas bancarias, pago de impuestos, planillas de beneficios y servicios básicos, ya que estos pagos se pueden hacer directamente en el sitio Web de las empresas, lo que ahorra tiempo y esfuerzo.

### **Conclusión**

La compañía cuenta con la tecnología necesaria para realizar sus negociaciones en línea, esto representa una **Fortaleza Media**.

## **2.4 ANALISIS FODA**

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la Compañía Limitada ELEVAL, de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados. El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. Lo anterior significa que el análisis FODA consta de dos partes: una interna y otra externa.

### **ANÁLISIS INTERNO**

La parte interna tiene que ver con las fortalezas y las debilidades de la Compañía, aspectos sobre los cuales tenemos algún grado de control.

## **FORTALEZAS**

**TABLA No. 40**

<b>No.</b>	<b>FORTALEZAS “ELEVAl”</b>	<b>PUNTUACIÓN 1-100%</b>
F1	Calidad en productos	25
F2	Respaldo Legal	26
F3	Estabilidad en el mercado.	14
F4	Estabilidad Laboral	18
F5	Experiencia Técnica	17
	<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

Elaborado: Por las autoras

Fuente: Investigación Directa

## **DEBILIDADES**

**TABLA No. 41**

<b>No.</b>	<b>DEBILIDADES “ELEVAl”</b>	<b>PUNTUACIÓN 1-100%</b>
D1	Falta de local propio.	18
D2	No se realizan estudios de mercado.	18
D3	No está definido un departamento de logística.	17
D4	Existe poca capacitación.	16
D5	No se aplican normas, ni procedimientos.	16
D6	No hay una buena administración.	15
	<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

Elaborado: Por las autoras

Fuente: Investigación Directa

## ANÁLISIS EXTERNO

La parte externa mira las oportunidades que ofrecen en el mercado y las amenazas que debe enfrentar la Compañía en el mercado seleccionado. Aquí tiene que desarrollar toda su capacidad y habilidad para aprovechar esas oportunidades y para minimizar o anular esas amenazas, circunstancias sobre las cuales tiene poco o ningún control directo.

### OPORTUNIDADES

TABLA No. 42

No.	OPORTUNIDADES “ELEVABLES”	PUNTUACIÓN 1-100%
O1	Brindar respuestas más ágiles a emergencias y a quejas.	12
O2	Importación directa con el proveedor	12
O3	Disminución de la tasa de interés activa	10
O4	Avances tecnológicos facilitan la comunicación con proveedores del exterior.	10
O5	Ubicación accesible y céntrica de Quito	9
O6	Abrir sucursales	9
O7	Nuevas posibilidades para el uso de la publicidad y promoción	10
O8	Nuevas tendencias tecnológicas	9
O9	Brindar fuentes de trabajo	9
O10	Búsqueda de nuevas opciones de proveedores.	10
	<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

Elaborado: Por las autoras.

Fuente: Investigación Directa



## AMENAZAS

TABLA No.43

No.	AMENAZAS “ELEVAL”	PUNTUACIÓN 1-100%
A1	Crecimiento de la inflación	14
A2	Disminución de la tasa de interés pasiva.	13
A3	Alza de aranceles a la importación de bienes.	14
A4	Inestabilidad del país variación del índice de riesgo país.	12
A5	No se firman acuerdos que faciliten la importación de bienes.	13
A6	Inestabilidad política	12
A7	Competencia desleal	11
A8	Crecimiento de la competencia	11
	<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

Elaborado: Por las autoras

Fuente: Investigación Directa

**TABLA No. 44**  
**MATRIZ FODA**  
**PUNTUACIÓN GENERAL**

ANÁLISIS INTERNO				ANÁLISIS EXTERNO				PUNTUACION GENERAL
FORTALEZAS	%	DEBILIDADES	%	OPORTUNIDADES	%	AMENAZAS	%	
Fortaleza 1	25	Debilidad 1	18	Oportunidad 1	12	Amenaza 1	14	69
Fortaleza 2	26	Debilidad 2	18	Oportunidad 2	12	Amenaza 2	13	69
Fortaleza 3	14	Debilidad 3	17	Oportunidad 3	10	Amenaza 3	14	55
Fortaleza 4	18	Debilidad 4	16	Oportunidad 4	10	Amenaza 4	12	56
Fortaleza 5	17	Debilidad 5	16	Oportunidad 5	9	Amenaza 5	13	55
		Debilidad 6	15	Oportunidad 6	9	Amenaza 6	12	36
				Oportunidad 7	10	Amenaza 7	11	21
				Oportunidad 8	9	Amenaza 8	11	20
				Oportunidad 9	9			9
				Oportunidad 10	10			10
PUNTUACION	100%		100%		100%		100%	

Elaborado: Por las autoras

Fuente: Investigación Directa

## 2.5 MATRIZDE IMPACTO

TABLA No. 45

MATRIZ MATRIZ DE IMPACTO INTERNA									
EJES	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Calidad en productos		X						3F	
Respaldo Legal	X						5F		
Estabilidad en el mercado.	X						5F		
Estabilidad Laboral		X						3F	
Experiencia Técnica		X						3F	
Falta de local propio				X			5D		
No se realizan estudios de mercado.				X			5D		
No está definido un departamento de logística.				X			5D		
Existe poca capacitación					X			3D	
No se aplican normas, ni procedimientos.					X			3D	
No existe una buena administración.				X			5D		

**D:** Debilidad, **F:** Fortaleza, **5-**Alta, **3-**Media, **1-**Baja, **5D:** Debilidad Alta

Elaborado: Por las autoras

Fuente: Investigación Directa.

**TABLA No. 46**

<b>MATRIZ</b> <b>MATRIZ DE IMPACTO EXTERNA</b>									
EJES	OPORTUNIDADES			AMENAZAS			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Brindar respuestas más ágiles a emergencias y quejas.	X						50		
Importación directa con el proveedor.	X						50		
Disminución de la tasa de interés activa		X						30	
Avances tecnológicos facilitan la comunicación con proveedores del exterior.		X						30	
Ubicación accesible y céntrica de Quito.			X						10
Abrir sucursales.		X						30	
Nuevas posibilidades para el uso de la publicidad y promoción		X						30	
Nuevas tendencias tecnológicas.	X						50		
Brindar fuentes de trabajo.		X						30	
Búsqueda de nuevas opciones de proveedores.		X						30	
Crecimiento de la inflación.				X			5A		

Disminución de la tasa de interés pasiva.					X			3A	
Alza de aranceles a las importaciones de bienes.				X			5A		
Inestabilidad del país variación del índice de riesgo país.				X			5A		
No se firman acuerdos que faciliten la importación de bienes.				X			5A		
Inestabilidad política				X			5A		
Competencia desleal				X			5A		
Crecimiento de la competencia.				X			5A		

**D:** Debilidad, **F:** Fortaleza, **5-**Alta, **3-**Media, **1-**Baja, **5D:** Debilidad Alta

Elaborado: Por las autoras

Fuente: Investigación Directa

## 2.6 MATRIZ DE VULNERABILIDAD

TABLA No. 47

	DEBILIDADES	Falta de local propio	No se realizan estudios de mercado	No está definido un departamento de logístico	Existe poca capacitación	No se aplican normas, ni procedimientos	No existe una buena administración	Total	
<b>AMENAZAS</b>		5	5	5	3	3	5		
Crecimiento de la inflación.	5	5	5	1	1	1	1	19	6
Disminución de la tasa de interés pasiva.	3	3	1	1	1	1	1	11	8
Alza de aranceles a las importaciones de bienes.	5	5	5	5	1	3	5	24	3
Inestabilidad del país variación del índice de riesgo país.	5	5	5	1	3	1	5	20	5
No se firman acuerdos que faciliten la importación de bienes.	5	3	3	1	1	1	3	12	7
Inestabilidad política	5	5	5	3	1	3	5	22	4
Competencia desleal	5	5	5	5	5	5	5	30	2
Crecimiento de la competencia.	5	5	5	5	5	5	5	30	1
<b>Total</b>		36	34	22	18	20	30		
		1	2	4	6	5	3		

Elaborado: Por las autoras

Fuente: Investigación Directa

## 2.7 MATRIZ DE APROVECHABILIDAD

**TABLA No. 48**

	<b>FORTALEZAS</b>	Calidad en productos	Respaldo Legal	Estabilidad en el mercado	Estabilidad Laboral	Experiencia Técnica	<b>Total</b>	
<b>OPORTUNIDADES</b>		<b>3</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>3</b>		
Brindar respuestas más ágiles a emergencias y quejas.	<b>5</b>	1	1	5	3	5	<b>15</b>	7
Importación directa con el proveedor.	<b>5</b>	5	5	5	3	3	<b>21</b>	3
Disminución de la tasa de interés activa.	<b>3</b>	3	1	1	1	1	<b>7</b>	10
Avances tecnológicos facilitan la comunicación con proveedores del exterior.	<b>3</b>	5	3	5	3	1	<b>17</b>	6
Ubicación accesible y céntrica.	<b>1</b>	1	3	5	3	1	<b>13</b>	8
Abrir sucursales	<b>3</b>	5	5	5	3	5	<b>23</b>	1
Nuevas posibilidades para el uso de la publicidad y promoción	<b>3</b>	5	1	5	3	5	<b>19</b>	4
Nuevas tendencias tecnológicas.	<b>5</b>	5	1	5	1	5	<b>17</b>	5
Brindar fuentes de trabajo.	<b>3</b>	3	5	5	5	5	<b>23</b>	2
Búsqueda de nuevas opciones de proveedores.	<b>3</b>	5	1	5	1	1	<b>13</b>	9
<b>Total</b>		<b>38</b>	<b>26</b>	<b>46</b>	<b>26</b>	<b>32</b>		
		2	4	1	5	3		

Elaborado: Por las autoras

Fuente: Seminario Planificación Estratégica

## 2.8 HOJA DE TRABAJO FODA

TABLA No. 49

FACTORES INTERNOS			
	FORTALEZAS		DEBILIDADES
1	Calidad en productos.	1	Falta de local propio
2	Respaldo Legal.	2	No se realizan estudios de mercado.
3	Estabilidad en el mercado.	3	No está definido un departamento de logístico.
4	Estabilidad Laboral.	4	Existe poca capacitación
5	Experiencia Técnica.	5	No se aplican normas, ni procedimientos.
		6	No existe una buena administración.
FACTORES EXTERNOS			
	OPORTUNIDADES		AMENAZAS
1	Brindar respuestas más ágiles a emergencias y quejas.	1	Crecimiento de la inflación.
2	Importación directa con el proveedor.	2	Disminución de la tasa de interés pasiva.
3	Disminución de la tasa de interés activa.	3	Alza de aranceles a la importación de bienes.
4	Avances tecnológicos facilitan la comunicación con proveedores del exterior	4	Inestabilidad del país variación del índice de riesgo país.
5	Ubicación accesible y céntrica de Quito.	5	No se firman acuerdos que faciliten la importación de bienes.
6	Abrir sucursales	6	Inestabilidad política
7	Nuevas posibilidades para el uso de la publicidad y promoción	7	Competencia desleal
8	Nuevas tendencias tecnológicas.	8	Crecimiento de la competencia.
9	Brindar fuentes de trabajo.		
10	Búsqueda de nuevas opciones de proveedores.		

Elaborado: Por las autoras

Fuente: Seminario de Planificación Estratégica



## 2.9 MATRIZ DE ESTRATEGIAS

TABLA No. 50

		OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
		1	2	3	4
ANALISIS EXTERNO		1	Brindar respuestas más ágiles a emergencias y quejas.	1	Crecimiento de la inflación.
		2	Importación directa con el proveedor.	2	Disminución de la tasa de interés pasiva.
		3	Disminución de la tasa de interés activa.	3	Alza de aranceles a la importación de bienes.
		4	Avances tecnológicos facilitan la comunicación con proveedores del exterior.	4	Inestabilidad del país variación del índice de riesgo país.
		5	Ubicación accesible y céntrica de Quito.	5	No se firman acuerdos que faciliten la importación de bienes.
		6	Abrir sucursales	6	Inestabilidad política
		7	Nuevas posibilidades para el uso de la publicidad y promoción	7	Competencia desleal
		8	Nuevas tendencias tecnológicas.	8	Crecimiento de la competencia.
		9	Brindar fuentes de trabajo.		
ANALISIS INTERNO		10	Búsqueda de nuevas opciones de proveedores.		
FORTALEZAS		ESTRATEGIAS F.O.		ESTRATEGIAS F.A.	
1	Calidad en productos	a.	Invertir en capacitación.	a.	Implantar nuevas estrategias con clientes para intercambiar información y agilizar entrega de servicios.
2	Respaldo Legal	b.	Diseñar un Direccionamiento estratégico.		
3	Estabilidad en el mercado.	c.	Difundir principios y valores.		
4	Estabilidad Laboral	d.	Difundir misión y visión.	b.	Adquirir nuevas tecnologías.
5	Experiencia Técnica	e.	Generar un sistema de información de quejas.	c.	Mejorar los procesos.

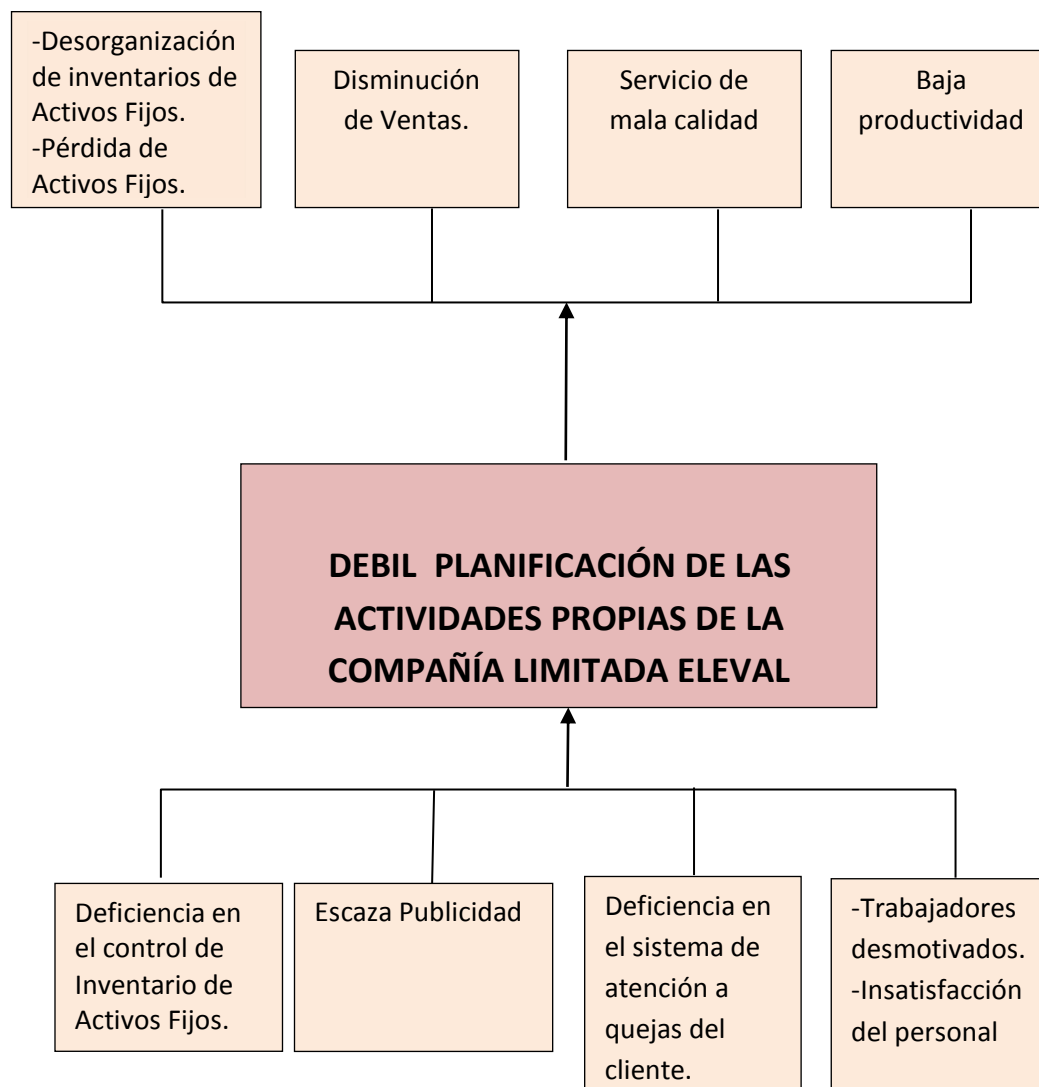
DEBILIDADES		ESTRATEGIAS D.O.		ESTRATEGIAS D.A.	
1	Falta de local propio	a.	Buscar Financiamiento	a.	Capacitación del recurso humano
2	No se realizan estudios de mercado.	b.	Realizar estudios de mercado.		para mejorar la eficiencia.
3	No está definido un departamento de logístico.	c.	Diseñar procesos de control en las diferentes áreas.	b.	Diseñar un plan de incentivos.
4	Existe poca capacitación			c.	Seguimientos de procesos que permitan satisfacer las necesidades y expectativas del cliente.
5	No existen normas y procedimientos.				
6	No existe una buena administración.				

Elaborado: Por las autoras

Fuente: Investigación Directa

## 2.10 MARCO LÓGICO

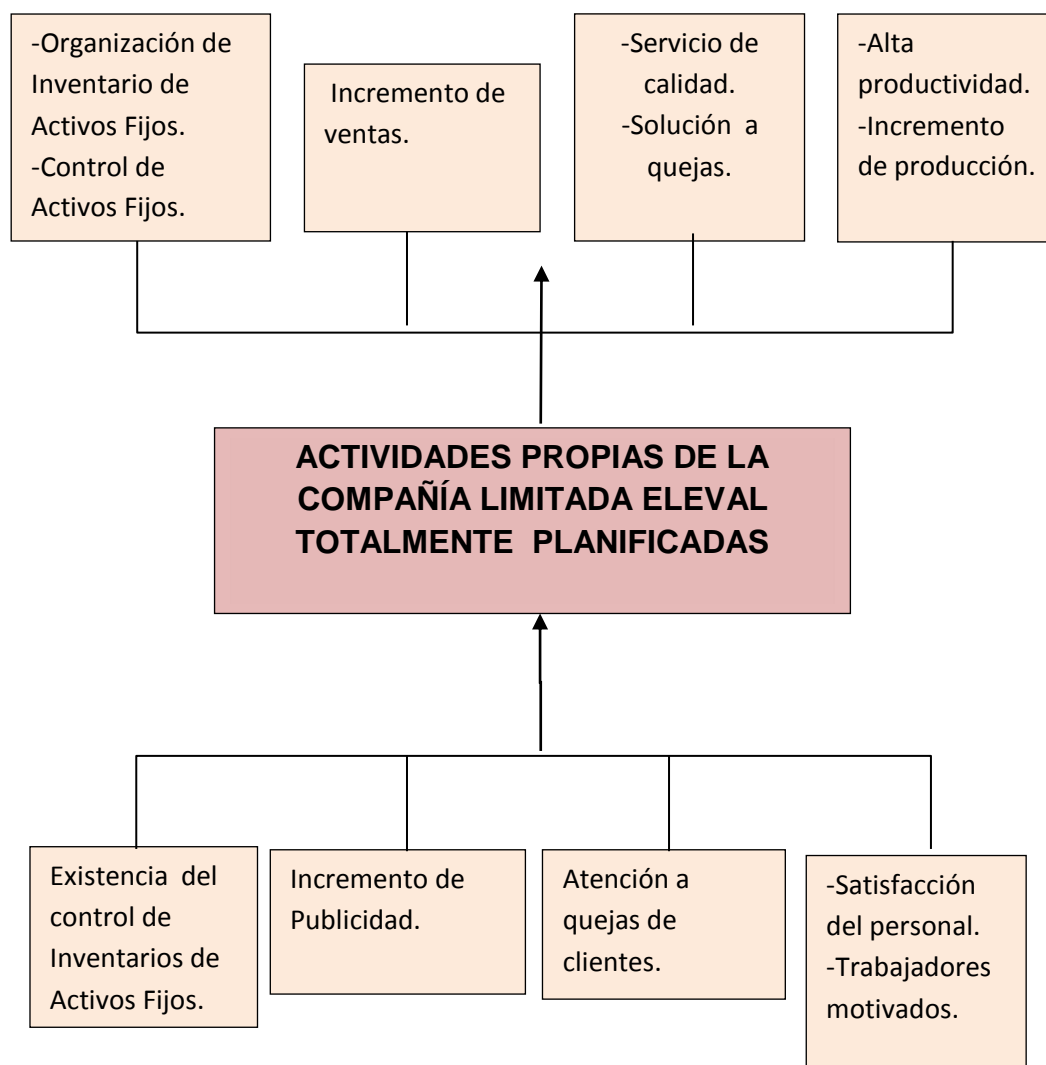
**GRAFICO No. 29**  
**ÁRBOL DE PROBLEMAS**



Elaborado: Por las autoras

Fuente: Investigación Directa

**GRÁFICO No. 30**  
**ANÁLISIS DE OBJETIVOS**



Elaborado: Por las autoras

Fuente: Investigación Directa

**GRÁFICO No. 31**

**ESTRUCTURA ANÁLICA DEL PROYECTO**



Elaborado: Por las autoras  
Fuente: Investigación Directa

**TABLA No. 51**

**ESTRUCTURA DE LA MATRIZ DEL MARCO LÓGICO**

	RESUMEN NARRATIVO DE OBSERVACION	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
	<b>FIN</b>			
1	Organizar y controlar activos fijos.	100% Activos controlados.	Informe de resultados.	Falta de colaboración de trabajadores.
2	Incrementar la utilidad.	Margen Utilidad 20%	Informe de Estados financieros.	Altos costos en la prensa.
3	Satisfacer al cliente.	100% Atención quejas.	Encuestas a clientes	Proceso ineficaz.
4	Motivar a los trabajadores.	100% de trabajadores motivados.	Entrevistas a trabajadores.	Trabajadores insatisfechos.
	<b>PROPOSITO</b>			
	Contar con un Plan Estratégico.	Actividades planificadas en el 100%.	Mediante encuestas a trabajadores y accionistas.	Factores Políticos.

	RESUMEN NARRATIVO DE OBSERVACION	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
	<b>COMPONENTES</b>			
1	Diseñar sistema de control de Inventarios de Activos Fijos.	100% en un año.	Ejecución del sistema.	Falta de conocimiento del sistema.
2	Plan de publicidad.	20 % en cuatro años.	Reportes de ventas.	Altos costos.
3	Diseñar sistema de recepción de quejas.	100% en un año.	Encuestas a clientes.	Falta de colaboración de integrantes.
4	Implementar plan de incentivos.	100% en un año.	Entrevistas a trabajadores.	Programas inadecuados.
	<b>ACTIVIDADES</b>			
1.1	Adquirir programas para la elaboración de inventarios físicos.	Número de software.	Inspección de instalación de nuevo software.	Altos costos de programas.
1.2	Elaborar etiquetas de identificación.	Número de etiquetas.	Verificación de activos etiquetados.	Etiquetas de mala calidad.
1.3	Llevar a cabo el levantamiento de inventarios.	Número de inventarios.	Inspección en el desarrollo del trabajo.	Falta de cumplimiento.
1.4	Ingresar al sistema existencia de activos.	Número de Activos fijos registrados.	Revisión de registro de activos.	Ingresar al sistema incorrectamente.
1.5	Revisar evaluación de inventario.	Número de reportes.	Comprobar existencia de activos.	Reportes inadecuados.

	RESUMEN NARRATIVO DE OBSERVACION	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
1.6	Recibir ajustes y recomendaciones.	Número de ajustes y recomendaciones.	Informe sobre evaluaciones.	Escasas recomendaciones.
1.7	Instruir al asistente para realizar ajustes.	Número de instructores.	Evaluación al asistente.	Poca colaboración del asistente.
2.1	Conformación de Equipos de Trabajo.	Número de participantes.	Encuestas a integrantes.	Desorganización en equipos de trabajo.
2.2	Diseñar el anuncio para la Publicidad.	Número de modelos de publicidad.	Evaluación a modelo seleccionado.	Modelos de publicidad no apropiados.
2.3	Cotizar precios de medios publicitarios.	Número de cotizaciones.	Selección de medios publicitarios.	Cotizaciones irreales.
2.4	Contratar medios de publicidad.	Número de medios publicitarios.	Revisión de contratos realizados.	Medios publicitarios con elevados costos.
3.1	Designar responsables.	Número de responsables.	Entrevista a responsable.	Desacuerdos de los responsables.
3.2	Establecer políticas de control de quejas.	Número de políticas registradas.	Verificación de registro de políticas.	Políticas demasiado rígidas.
3.3	Establecer procesos a seguir.	Número de Procedimientos.	Procesos no actualizados.	Procedimientos inadecuados.
3.4	Diseñar Formulario.	Número de formularios.	Formularios inadecuados.	Diseño de formulario ineficaz.
4.1	Realizar Seminarios de motivación.	Número de seminarios.	Entrevistas a trabajadores.	Motivadores sin metodología.
4.2	Organizar programas recreativos.	Número de programas de recreación.	Inspección del desarrollo de programas.	Programas descoordinados.



### **CAPÍTULO III**

#### **DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO PARA LA COMPAÑÍA LIMITADA ELEVALL**

El objetivo de este capítulo es diseñar acciones que orienten a la compañía hacia el futuro.

El Direccionamiento Estratégico podríamos definirlo como el instrumento metodológico por el cual establecemos los logros esperados y los indicadores para controlar, identificar los procesos críticos dentro de la gestión, los enfoques, y demás áreas importantes que tengan concordancia con la misión, la visión, y los objetivos establecidos, llegando a definirse los siguientes elementos:

Principios y Valores

Misión

Visión

Objetivos

Políticas

Estrategias

La compañía se debe manejar con ética y valores. La ética sin valores no puede manejarse y viceversa. No se debe de perseguir como finalidad de una empresa el hecho del ganar dinero únicamente, sino el buscar servir a la comunidad.

Los valores dominantes son los que a primera vista producen el efecto al principio, es decir, lo que busca por lo general la empresa es cumplir las metas y buscar buenos resultados, y el valor ascendente: la realización de principios. Donde no se debe de ver por separado cada uno, los dos deben ir juntos.

### 3.1 MATRIZ AXIOLOGICA

Con los resultados obtenidos se construye la matriz axiológica, la cual especifica en donde se emplea los diferentes valores de acuerdo al puntaje logrado en la pregunta mencionada anteriormente. Esta matriz se presenta a continuación:

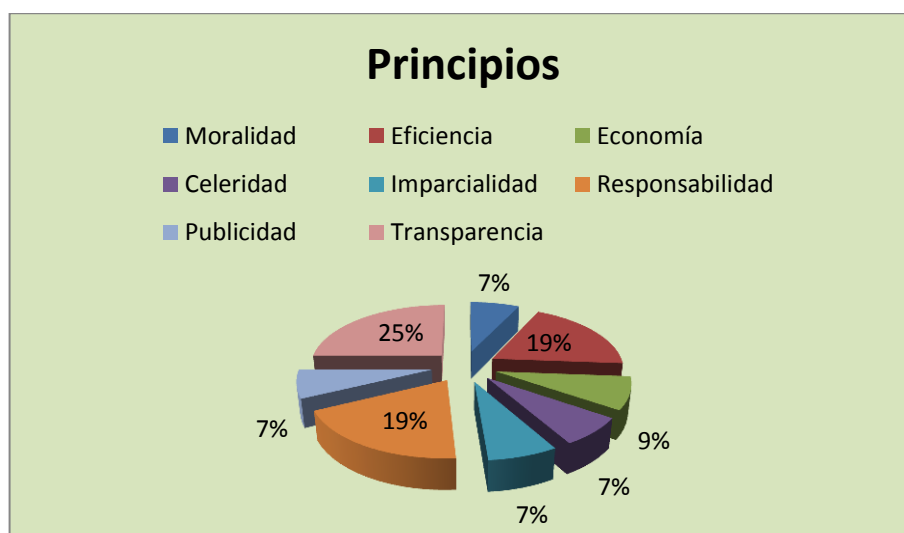
**TABALA No. 52**

Grupos de Referencia	Directivos	Trabajadores	Clientes	Proveedores	Estado	Sociedad
<b>PRINCIPIOS Y VALORES</b>						
<b>PRINCIPIOS</b>						
1. Eficiencia	X	X		X	X	
2. Responsabilidad	X	X	X	X	X	X
3. Transparencia	X	X	X	X	X	X
<b>VALORES</b>						
1. Honestidad	X	X	X	X	X	X
2. Compromiso	X	X	X	X	X	X
3. Confianza	X	X	X	X		

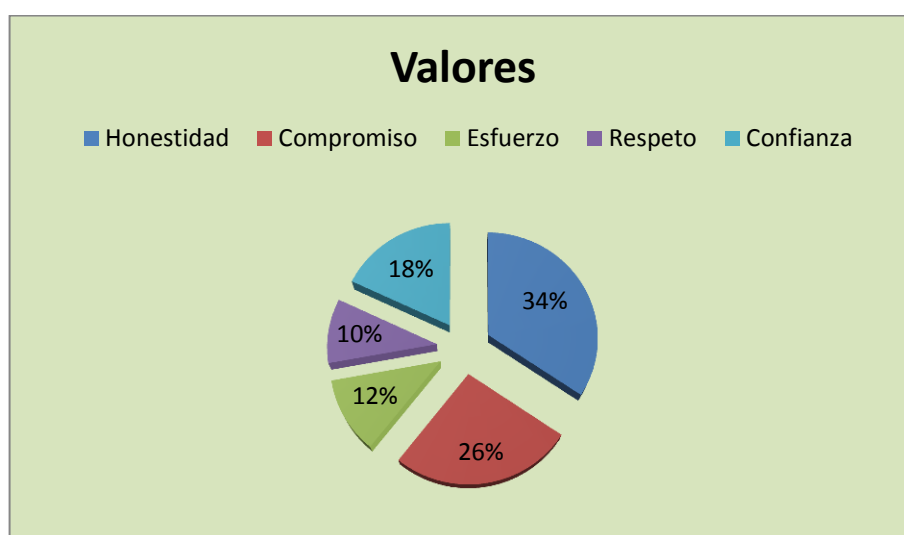
Elaborado: Por las autoras

Fuente: Investigación Directa

**GRAFICO No. 32**



**GRAFICO No. 33**



Elaborado: Por las autoras

Fuente: Investigación Directa

### 3.1.1 PRINCIPIOS

Los principios son un conjunto de reglas o normas de conducta que orientan la vida del ser humano, y a su vez regulan la vida de una empresa u organización.

Los principios del Ecuador forman un compromiso voluntario originado en una iniciativa de la Corporación Financiera Internacional, Agencia del Banco Mundial para el fomento de las inversiones sostenibles del sector privado en los países en desarrollo.

Toda organización debe tener principios, no pueden existir organizaciones neutras, en el caso de la Compañía Limitada ELEVAL podemos señalar que esta debe desarrollarse mediante principios éticos como son:

1. Eficiencia.
2. Responsabilidad.
3. Transparencia.

**1. Eficiencia.-** La Compañía Limitada ELEVAL garantiza la combinación y uso de los recursos, en procura de la generación del valor y la utilidad de los bienes y servicios entregados a la comunidad.

**2. Responsabilidad.-** La Compañía Limitada ELEVAL tiene la capacidad de cumplir los compromisos adquiridos con la comunidad y los grupos de interés.

Se complementa con:

- Cumplimiento de objetivos corporativos.
- Cumplimiento de objetivos del plan estratégico.
- Cumplimiento de las normas constitucionales.
- Cumplimiento del direccionamiento estratégico.
- Cumplimiento de los reglamentos internos de trabajo.
- Presentación de la información según las disposiciones legales.

**3. Transparencia.** La Compañía Limitada ELEVAL tiene por objeto generar un ambiente de confianza, seguridad y franqueza entre el cliente

y la compañía, de tal forma que los clientes estén informados y conozcan las responsabilidades, procedimientos, reglas, normas y demás información generada por la empresa.

### **3.1.2 VALORES**

Los valores, son el reflejo de nuestro comportamiento basado en los principios. Son conductas o normas de todos los seres humanos para acondicionar el mundo de nuestras vidas y poder vivirlas en cualquier tiempo y lugar. Con base en los valores decidimos cómo actuar ante las diferentes situaciones que se nos presente en cada actividad, puede ser laboral o en el medio ambiente en general.

El mundo de los valores está en permanente transformación, en cada época aparecen nuevos valores o los antiguos valores cambian de nombre.

Cada entidad tiene la potestad de adoptar sus propios valores y la importancia que considere correctos de acuerdo a su Misión y Visión.

Es esencial que se elijan valores verdaderos porque solo estos pueden conducir a las personas a un desarrollo pleno de sus capacidades, y puede afirmarse que en el campo moral un valor verdadero en función de su capacidad para hacer más humano al hombre.

Como valor fundamental tenemos la dignidad humana.

Con respecto a la Compañía Limitada ELEVAL podemos señalar que sus valores constituyen un soporte fundamental para la definición de la visión y misión.

Los valores que rigen el desempeño profesional de los empleados y accionistas de la Compañía Limitada ELEVAL son:

1. Honestidad.
2. Compromiso.
3. Confianza.

**1. Honestidad.-** Seremos honestos en todas nuestras acciones, junto con ser capaces de cumplir lo acordado en tiempo, forma oportuna y eficiencia, y de esta forma fortalecer la relación y vínculo comercial con nuestros clientes.

**2. Compromiso.-** El compromiso de la Compañía Limitada ELEVAL, es asegurar la confiabilidad en todos aquellos procesos relacionados con los servicios internos de la compañía en donde la calidad y el servicio al cliente sean centro de acción.

Para esto, todos y cada uno de los integrantes de la compañía, se comprometen a respetar y aplicar los procedimientos establecidos para poder lograr la mejora continua de los servicios, y que esto, se vea reflejado en resultados positivos tanto para la compañía y principalmente para nuestros clientes.

**3. Confianza.-** Nuestro interés es generar ambientes de confianza que permita que nuestros empleados se sientan valorados y así aporten más a su trabajo. Esto ayuda a que la organización crezca y pueda llegar a transmitir esa confianza a sus clientes y grupos de interés.

### 3.2 MISIÓN

**Definición.-** Se define como la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual existe. Así mismo es la determinación de las funciones básicas que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir tal misión.

Las características de una misión son: amplia, concreta, motivadora y posible.

La misión de una empresa responde a las siguientes preguntas: para qué existe la organización, cuál es su negocio, cuáles son sus objetivos, cuáles son sus clientes, cuáles son sus prioridades, cuál es su responsabilidad y derechos frente a sus colaboradores, y cuál es su responsabilidad social.

#### MISIÓN PROPUESTA

Para realizar la misión propuesta debemos evaluar las coordenadas que son las siguientes:

**TABLA No. 53**

**Tabla para la elaboración de la misión**

PREGUNTAS	ELEMENTOS	ELECAL CIA. LTDA.
¿Qué?	Razón del Negocio.	Ofrece servicios de mantenimiento, reparación, modernización, instalación de ascensores, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
¿Cómo?	Estrategia que marca la diferencia.	Servicio personalizado y responsable.
¿Con Quién?	Personal del que se dispone.	Con personal técnico calificado.
¿Para qué?	A quien va a satisfacer	Clientes
¿Por qué?	Explica y justifica su presencia	Contribuir al desarrollo socioeconómico.
¿Dónde?	Lugar y ubicación	Ciudad de Quito

Elaborado: por las autoras

Fuente: Investigación Directa

## MISIÓN PROPUESTA PARA ELEVALLA CIA. LTDA.

ELEVALLA es una compañía que ofrece servicios de mantenimiento, reparación, modernización, instalación de ascensores orientada a satisfacer las necesidades de nuestros clientes, mediante un servicio personalizado y responsable, a través de un equipo técnico calificado a fin de contribuir al desarrollo socio-económico de la ciudad de Quito.

### 3.3 VISIÓN

**Definición.**-La visión de una empresa es una declaración que indica hacia donde se dirige la empresa en el largo plazo, o qué es aquello en lo que pretende convertirse.

A diferencia de la misión, la declaración de la visión contesta la pregunta “¿qué queremos ser?”, mientras que la misión contesta la pregunta: “¿cuál es nuestra razón de ser?”.

La razón de establecer la visión de una empresa, es que ésta sirva como guía que permita enfocar los esfuerzos de todos los miembros de la empresa hacia una misma dirección, es decir, lograr que se establezcan objetivos, diseñen estrategias, tomen decisiones y se ejecuten tareas, bajo la guía de ésta; logrando así, coherencia y orden. El establecer la visión de una empresa, también permite que ésta sirva como fuente de inspiración, logrando que todos los miembros de la empresa se sientan identificados, comprometidos y motivados en poder alcanzarla.

#### Elementos de una visión

Para que una visión esté formulada correctamente debe contener los siguientes elementos:

Es formulada para los líderes de la organización:

- Dimensión de tiempo
- Integradora



- Amplia y detallada
- Positiva y alentadora
- Debe ser realista-posible
- Debe ser consistente
- Debe ser difundida interna y externamente

## VISIÓN PROPUESTA

En cuanto a la visión propuesta haremos uso de los elementos claves para formular la visión mediante coordenada.

**TABLA No.54**

**Tabla para la elaboración de la Visión**

PREGUNTAS	ELEMENTOS	ELEVAL CIA. LTDA.
¿Cuánto?	Para cuantos años.	Cuatro años
¿Qué?	A que dedica primordialmente la actividad empresarial.	Liderar el mercado nacional.
¿Cómo?	Qué estrategia principal le servirá de brújula.	Servicio eficiente, productos innovadores y estrategias de marketing y publicidad.
¿Con quién?	Que competencias tendrá.	Personal capacitado en cada área.
¿Para qué?	Cuál es la filosofía de su presencia en el mercado.	Calidad en sus productos y servicio.
¿Por qué?	Cuál es la razón de su permanencia.	Desarrollo y crecimiento organizacional y del recurso humano.
¿Dónde?	El lugar, en qué región se ubica.	Ecuador, mercado nacional.

Elaborado por: las autoras

Fuente: Investigación Directa

## **VISIÓN PROPUESTA PARA ELEVALL CÍA. LTDA.**

En cuatro años ser reconocida como una empresa líder en el mercado nacional, respaldando nuestra labor con servicios eficientes, productos innovadores y estrategias de marketing y publicidad, con personal capacitado en cada área, satisfaciendo plenamente las necesidades y expectativas de nuestros clientes.

### **3.4 OBJETIVOS**

Los objetivos son resultados que una empresa pretende alcanzar, o situaciones hacia donde ésta pretende llegar. Establecer objetivos es esencial para el éxito de una empresa, éstos establecen un curso a seguir y sirven como fuente de motivación para todos los miembros de la empresa.

#### **3.4.1 OBJETIVO GENERAL**

El Objetivo General: lo constituye el enunciado global sobre el resultado final que se pretende alcanzar (¿qué?, ¿dónde?, ¿para qué?). Precisa la finalidad de la investigación, en cuanto a sus expectativas más amplias. El desarrollo y operación concreta de su misión y visión, con este propósito la Compañía Limitada ELEVALL a planteado lo siguiente:

Liderar el mercado nacional generando confianza y fidelidad de nuestros clientes obteniendo utilidad para alcanzar el crecimiento sostenible de la compañía.

### OBJETIVOS GENERALES – EJES DE FUNCIONAMIENTO

<b>AREA FINANCIERA</b>	Organizar y controlar los Inventarios de Activos Fijos en un 100% para evitar la pérdida de los mismos.
<b>AREA DE MERCADEO</b>	Incrementar las ventas en un 20 % en cuatro años.
<b>AREA DE PRODUCCIÓN</b>	Fidelizar al cliente brindando un servicio de calidad.
<b>AREA DE RECURSOS HUMANOS</b>	Satisfacer a todo el personal en sus necesidades para que cumplan su trabajo a cabalidad.

#### 3.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Los Objetivos Específicos representan los pasos que se han de realizar para alcanzar el objetivo general. Designan los fines que se buscan mediante los procedimientos de operación actuales de la Organización y explica lo que ésta intenta. Los objetivos específicos describen resultados medibles específicos y con frecuencia tiene que ver con el corto plazo.

**TABLA No. 55**

**OBJETIVOS ESPECIFICOS – EJES DE FUNCIONAMIENTO**

<b>OBJETIVOS GENERALES DE LA CIA. LTDA. ELEVAL</b>	<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS DE LA CÍA LTDA. ELEVAL</b>
<p><b>AREA FINANCIERA</b> Organizar y controlar los Inventarios de Activos Fijos en un 100% para evitar la pérdida de los mismos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar el levantamiento físico de Inventarios de Activos Fijos.</li> <li>- Codificación de Activos Fijos.</li> </ul>
<p><b>AREA DE MERCADEO</b> Incrementar las ventas en un 20 % en cuatro años.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incrementar las ventas en un 5% cada año.</li> <li>- Realizar campañas publicitarias.</li> </ul>
<p><b>AREA DE PRODUCCIÓN</b> Fidelizar al cliente brindando un servicio de calidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dar seguimiento pos-venta.</li> <li>- Mejorar los servicios que brinda la compañía.</li> </ul>
<p><b>AREA DE RECURSOS HUMANOS</b> Satisfacer a todo el personal en sus necesidades para que cumplan su trabajo a cabalidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Motivar al personal.</li> <li>- Mejorar la atención al cliente.</li> </ul>

Elaborado: Por las autoras

Fuente: Investigación Directa

### 3.5. ESTRATEGIAS

TABLA No.56

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS
<p><b>Objetivo General 1</b> Organizar y controlar los Inventarios de Activos Fijos en un 100% para evitar la pérdida de los mismos.</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar el levantamiento Físico de Inventario de Activos Fijos.</li> <li>2. Codificar Activos Fijos.</li> </ol>	<p><b>Estrategia General</b> Crear procedimientos de control de Activos Fijos.</p> <p><b>Estrategias Específicas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Verificar la existencia de los Activos Fijos.</li> <li>1.2. Registrar cada Activo Fijo existente.</li> <li>2.1. Codificar por departamentos.</li> </ol>
<p><b>Objetivo General 2</b> Incrementar las ventas en Un 20% en cuatro años.</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Incrementar las ventas en un 5% cada año.</li> <li>2. Realizar Campañas Publicitaria.</li> </ol>	<p><b>Estrategia General</b> Aumentar la publicidad por distintos medios de comunicación.</p> <p><b>Estrategias Específicas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Designar un 10% de la utilidad</li> <li>1.2. Satisfacer los requerimientos de los clientes.</li> <li>2.1. Publicitar los servicios mediante paginas web y prensa escrita.</li> <li>2.2. Brindar trato personalizado de atención al cliente.</li> <li>2.3. Abrir mercados potenciales de localidades cercanas.</li> </ol>

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS
<p><b>Objetivo General 3</b> Fidelizar al cliente brindando un servicio de calidad.</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dar seguimiento post Venta.</li> <li>2. Mejorar los servicios que brinda la compañía.</li> </ol>	<p><b>Estrategia General</b> Analizar las quejas de los clientes para hacer las debidas correcciones y de esta forma brindar un servicio de calidad.</p> <p><b>Estrategias Específicas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Realizar encuestas a cada cliente.</li> <li>2.1. Hacer rectificaciones frente a quejas.</li> <li>2.2. Dar el seguimiento necesario.</li> </ol>
<p><b>Objetivo General 4</b> Satisfacer las necesidades de todo el personal para que cumplan su trabajo de una forma eficiente.</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Motivar al personal</li> <li>2. Mejorar la atención al cliente.</li> </ol>	<p><b>Estrategia General</b> Crear un plan de incentivos para satisfacer a todo el personal de la Compañía.</p> <p><b>Estrategias Específicas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Organizar planes recreativos.</li> <li>1.2. Realizar dos seminarios cada año.</li> <li>2.1. Crear una base de datos para mantener un contacto directo con los clientes.</li> <li>2.2. Percibir expectativas del cliente para identificar requerimientos y preferencias.</li> </ol>

### 3.6 POLÍTICAS

Las Políticas son guías que nos orientan a tomar decisiones frente a problemas que se presenten en la organización, para de esta manera alcanzar objetivos.

“Es un plan permanente que proporciona guías generales para canalizar el pensamiento administrativo en direcciones específicas”.

Las políticas deben ser establecidas en función de las estrategias ya que facilitan su implementación, y a su vez son de gran apoyo para lograr objetivos.

El objetivo de la formulación de políticas es de presentar una visión de conjunto en la organización para un adecuado desempeño, ya que estas representan un panorama de acción en asuntos que requieran de atención inmediata que den soluciones equitativas entre todo el equipo que conforman la organización.

Las políticas incluyen reglas ya que hay mandatos precisos y estrictos que determinan la disposición actitud o comportamiento, que el personal de la empresa deberá seguir o evitar en situaciones específicas, pero hay políticas que pueden ser flexibles.

Las personas que ejecutan las reglas deben ejecutarlas tajantemente y al pie de la letra; son rígidas su incumplimiento se sanciona, en cambio las políticas determinan límites más amplios y permiten mayor iniciativa, pero en resumen tanto políticas como reglas determinan una conducta que deben seguir el personal de una empresa.

Las políticas pueden ser cumplidas cuando cumplen con el requisito de ser realizables, para esto es necesario analizar e identificar los factores internos y externos que influyen en el cumplimiento de estas.

Los factores internos más relevantes que influyen en la formulación de políticas son:

- La cultura de la empresa
- Los recursos disponibles

Los factores externos más relevantes que influyen en la formulación de políticas son:

- Económicos
- Sociales
- Tecnológicos
- Políticos legales
- La competencia

### **Importancia**

Es importante establecer políticas en una organización porque sirve de ayuda a todo el personal, y proporciona soluciones rápidas para administradores.

Las políticas en una organización son de carácter imprescindible para obtener un plan de éxito por los siguientes aspectos:

- Facilitan la delegación de autoridad.
- Motivan y estimulan al personal, sobre designación de funciones.
- Permiten tomar decisiones en determinadas actividades.
- Aportan para lograr objetivos de la empresa.
- Proporcionan estabilidad en las decisiones.
- Sirven de guía al personal en sus actuaciones.
- Facilitan la integración del nuevo personal.



## **Características**

Para que una política cumpla con su finalidad debe tener las siguientes características:

- Debe ser flexible.
- Redactada claramente y precisión.
- Debe concordar con los objetivos de empresa.
- Toda política debe estar establecida por escrito.
- Coordinar con las demás políticas de la empresa.
- Ser aplicable a la práctica.
- Debe darse a conocer en todos los niveles que se vaya a aplicar.

Es indispensable que la Compañía Limitada ELEVAL para lograr los objetivos propuestos desarrolle políticas como: políticas de compras, políticas de atención al cliente, políticas de personal.

### **3.6.1 Políticas de Compras**

- Las compras de repuestos y de ascensores se harán solo bajo pedido de clientes en instalaciones o reparaciones de ascensores, para de esta manera evitar duplicado, obsolescencias de repuestos o ascensores de la misma calidad o modelo.
- Las compras se realizará mediante asesoramiento de un técnico experto.
- Constantemente se realizarán controles de calidad de todos los productos.
- La compañía realizará estudios en el mercado de oferta, y recibirá cotizaciones.
- Se realizará selección de proveedores de productos para determinar que la garantía y el nivel de precios sean competentes.
- El cumplimiento de las órdenes de compra se verificará en lo relacionado con fechas de entrega, cantidad, calidad, con la finalidad de brindar un servicio oportuno a los clientes.
- Se negociará descuentos por volúmenes de compras.
- Los pagos a proveedores se lo realizará luego de utilizar los productos adquiridos y cumplir el servicio requerido del cliente, con la finalidad de comprobar el buen estado de repuestos o ascensores.
- Se controlará cada mes la existencia de materiales de suministros de oficina para evitar desperdicios y adquirir solo lo necesario.
- En compras de materiales de oficina se dará preferencia a proveedores que ofrezcan productos a mejor precio, calidad y entrega a tiempo.

### **3.6.2. Políticas de Atención al Cliente**

- Escuchar atentamente las necesidades de cada cliente, esta será una política fundamental de atención al cliente.
- Ningún cliente será discriminado, ofreciéndole precios diferentes, o formas de pago diferentes.

- Los servicios recibidos estarán respaldados por un documento firmado por el cliente, el cual confirme que fue atendido en el tiempo acordado.
- Todo cliente podrá dar sugerencias por escrito, y la compañía analizará cada una de ellas con la finalidad de brindar un mejor servicio.
- La compañía brindará el bienestar y seguridad de su cliente, otorgándoles servicios con calidad, rapidez, y derecho a reclamos.
- La información al cliente debe ser específica y de acuerdo a la necesidad, se le expondrá todas las alternativas posibles y se debe emitir proformas inmediatamente.
- Todo cliente recibirá un trato cordial y amable, personalmente o vía telefónica.

### **Garantías**

- El cliente tiene derecho a una garantía por los diferentes servicios que la compañía realice y esta se especificará en la factura.
- El cliente en el momento de exigir la garantía debe presentar el original de la factura o a su vez la copia legítima de la misma.
- La garantía del servicio quedará sin efecto por las siguientes razones:
  - a. Por mal uso de los usuarios de los ascensores.
  - b. Por modificaciones efectuadas por personas ajenas a la compañía.

### **Facturación y pagos.**

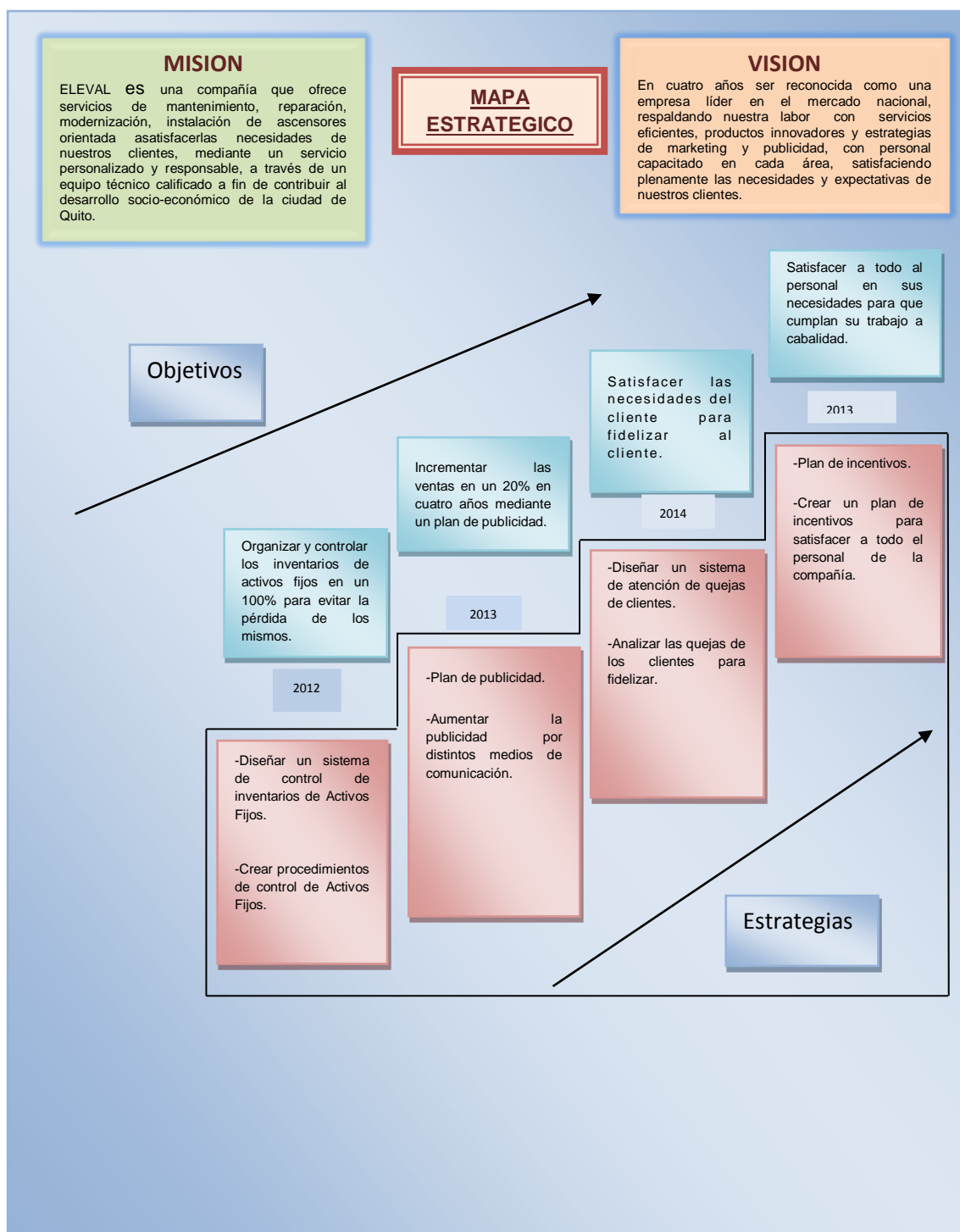
- El cliente podrá realizar sus pagos por recibir un servicio de la siguiente forma:
- En efectivo.
- Financiamiento a corto plazo de acuerdo al monto de compra.
- Depósito en cuenta corriente de la compañía.
- Transferencia electrónica.

### **3.6.3 Políticas de Personal**

- Para contratar un trabajador se realizará una prueba de conocimientos de acuerdo al cargo que vaya a ocupar.
- Los requisitos que deben cumplir los trabajadores serán de acuerdo al cargo que vayan a desempeñar.
- La compañía dictará capacitaciones a técnicos sobre nuevas tecnologías, y de acuerdo a la necesidad.
- Se organizará eventos para crear un agradable ambiente de trabajo.
- Se aplicará encuestas a los trabajadores en las que podrán dar su opinión, para determinar si es necesario hacer cambios en beneficio mutuo de trabajadores y accionistas.
- Se realizarán controles de personal para evaluar el desempeño de cada trabajador, detectar dificultades, y lograr un mejor rendimiento.
- Todo trabajador gozará de los beneficios legales, como afiliación al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.
- Los sueldos serán fijados de acuerdo al cargo que desempeñe, además se analizarán incrementos si existe inflación.
- De acuerdo a sus capacidades y desenvolvimiento los trabajadores tendrán oportunidad de ascender.
- Los trabajos realizados fuera del horario de trabajo serán considerados y cancelados como horas extras.
- El horario de los trabajadores será de 8:00 am a 5:30pm.
- Por cada tres atrasos a todo trabajador se le multará con la cantidad de \$ 5 dólares.
- En el mes de diciembre en la fecha de Navidad se organizará agasajos navideños para todos los trabajadores.
- Todos los trabajadores tendrán derecho a recibir las utilidades.

### 3.7 MAPA ESTRATÉGICO

GRAFICO No. 34



Elaborado: Por las autoras

## CAPITULO IV

### PLAN TÁCTICO, PLAN OPERATIVO E INDICADORES DE GESTIÓN PARA LA EMPRESA “ELEVAL CIA. LTDA.”

#### 4.1. PREPARACIÓN DEL PLAN TÁCTICO

##### ÁREA FUNCIONAL

- Finanzas
- Mercado
- Producción
- Recursos Humanos

##### RESULTADOS ESPERADOS

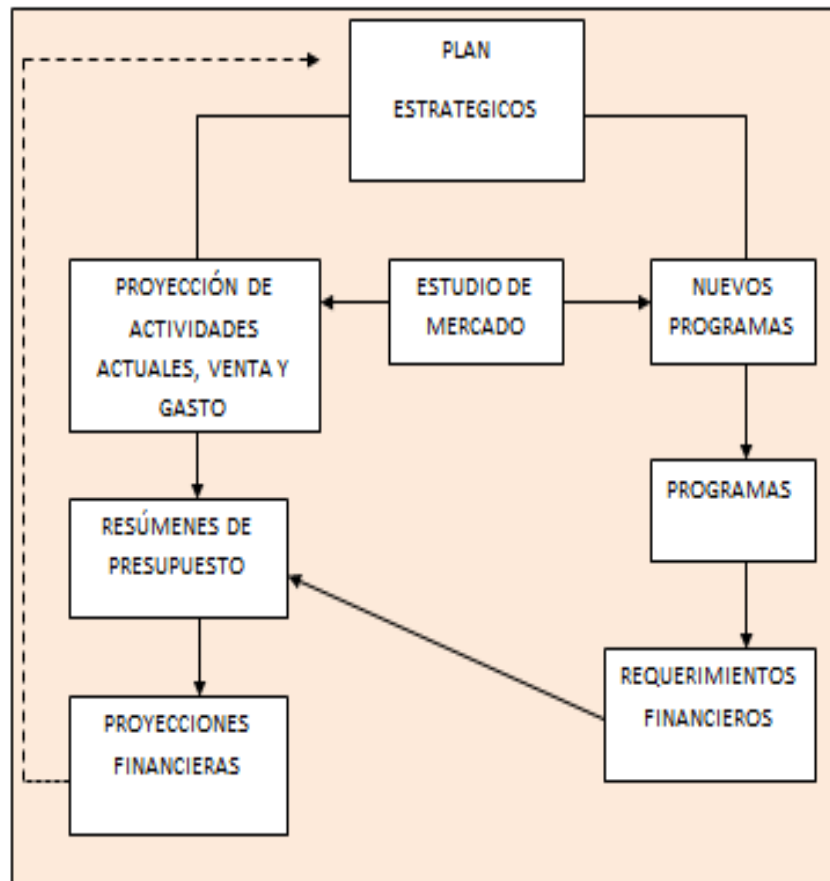
**TABLA No. 57**

ÁREA	RESULTADOS ESPERADOS	TIEMPO
Financiera	Organizar y controlar los inventarios de Activos Fijos en un 100% para evitar la perdida de los mismos.	2012 - 2016
Mercadeo	Incrementar las ventas en un 20% en cuatro años.	2013 - 2016
Producción	Fidelizar al cliente brindando un servicio de calidad.	2014 -2016
Recursos Humanos	Satisfacer las necesidades de todo el personal para que cumplan su trabajo de forma eficiente.	2013 - 2016

Elaborado: Por las autoras

Fuente: Investigación Directa

**GRAFICO No. 35**



Elaborado: Por las autoras

Fuente: Curso Seminario de Planificación Estratégica

## 4.2 ELEMENTOS DE LA PLANEACIÓN TÁCTICA

TABLA No. 58

<b>PLANEACION DE TÁCTICA</b>	<b>OBJETIVOS</b>	Son los fines para alcanzar las metas en un tiempo determinado y en forma cuantitativa. Es el punto final al cual se orienta todas nuestras acciones. Un objetivo debe ser expresado en términos de tiempo y calidad, que esperan lograr las áreas funcionales en un periodo de mediano plazo.
	<b>TÁCTICAS</b>	Constituyen el conjunto de acciones, que se implementarán para el logro de los objetivos de las áreas o departamentos establecidos en la empresa.
	<b>PROGRAMAS TÁCTICOS</b>	Son las actividades que se realizarán para lograr los objetivos establecidos y seguirán una secuencia cronológica, determinando y especificando la duración de cada actividad
	<b>PRESUPUESTOS</b>	Son los valores monetarios determinados de cada una de las actividades o programas que van a desarrollar para el cumplimiento de los objetivos. La secuencia y la forma en que se obtendrán y se asignarán los recursos necesarios, para alcanzar los objetivos de una organización.

Elaborado: Por las autoras

Fuente: Curso Seminario de Planificación Estratégica



PLANEACIÓN TÁCTICA				
OBJETIVOS	PROGRAMAS TACTICOS	TACTICAS	RESPONSABLE	PRESUPUESTO
Mantener el control de los Activos Fijos en un 100% para evitar la pérdida de los mismos.	Adquirir programas para inventarios.	Adquirir software de inventarios para el registro de activos fijos.	Administradora	4.131,17
	Elaborar etiquetas de identificación para inventarios.	Elaborar las etiquetas de identificación de inventarios físicos de los Activos Fijos. Elaborar etiquetas de identificación de los Activos Fijos. Revisar cada bien anotando el número del inventario, número de serie, modelo de activo y colocar la etiqueta de identificación.	Administradora Asistente Asistente Administradora	
	Llevar a cabo el levantamiento de inventarios.	Informar vía circular a todas las áreas de la Cía. Ltda. ELEVAL los días en que se llevara acabo la toma del padrón inventariar de Activos Fijos.	Gerente General	
	Ingresar datos al sistema de inventarios.	Localizar la ubicación y el nombre del usuario responsable del bien. Crear base de datos de los Activos Fijos.	Administradora Administradora	
	Revisar reporte de evaluación de inventarios.	Verificar que todo este inventariado.	Administradora	
	Recibir ajustes y recomendaciones.	Hacer la debida rectificación.	Administradora	
	Instruir al asistente para realizar ajustes e ingresar nuevos activos.	Instruir al asistente dándole toda la información necesaria del software que se va ha utilizar.	Administradora	

PLANEACIÓN TÁCTICA				
OBJETIVOS	PROGRAMAS TACTICOS	TACTICAS	RESPONSABLE	PRESUPUESTO
Aumentar las ventas en un 20% en cuatro años para obtener mayor utilidad.	Conformación del equipo de trabajo.	Seleccionar participantes.	Gerente General	22,529.15
	Diseñar el anuncio para la publicidad	Propuesta de diseño del modelo para publicidad.	Administradora	
	Cotizar precios de medios publicitarios.	Contratar medios de publicidad.	Gerente General	
	Realizar evaluación al final de cada periodo.			
Satisfacer las necesidades del cliente brindando Un servicio de calidad para de esta forma fidelizar al cliente.	Designar responsables para que hagan el seguimiento y cierre de quejas.	Se crea el comité de quejas que estará conformado por el administrador, gerente técnico, vendedor.	Gerente General	4.152,18
	Establecer políticas de control de quejas.	Formar equipo de trabajo Plantear políticas. Realizar modificaciones si fuera necesario.	Gerente General Administradora	
	Establecer proceso a seguir.	Diseñar procesos a seguir.	Gerente General Administradora	
	Diseñar formulario. Entregar Informe.	Propuesta de diseño de formulario.	Administradora	

PLANEACIÓN TÁCTICA				
OBJETIVOS	PROGRAMAS TACTICOS	TACTICAS	RESPONSABLE	PRESUPUESTO
Satisfacer las necesidades de todo el personal para que cumplan con su trabajo de una forma Eficiente.	Realizar seminarios de motivación.	Contratar al motivar o capacitar	Gerente General	14.402,34
		Definir que tipo de seminario o charla se va a dictar.	Administradora	
		Definir horarios		
	Organizar programas recreativos.	Organizar eventos en días festivos y cumpleaños de todo el personal.	Gerente General	
		Organizar eventos deportivos.	Administradora	
	Reconocimientos al personal.	Evaluar al personal.	Gerente General	
		Seleccionar cual es el mejor trabajador del mes.	Administradora	
		Reconocimientos económicos.		

Elaborado: Por las autoras

### 4.3 OBJETIVOS

#### Objetivo General

Liderar el mercado nacional generando confianza y fidelidad en nuestros clientes, obteniendo utilidad para alcanzar el crecimiento sostenible de la compañía.

**TABLA No. 59**

Proyecto	Objetivo	Plazo		
		Corto Plazo	Mediano Plazo	Largo Plazo
Sistema de control de inventarios de Activos Fijos.	Mantener el control de los Activos Fijos en un 100% para evitar la perdida de los mismos.	X		
Plan de publicidad	Aumentar las ventas en un 20% en cuatro años para obtener mayor utilidad.			X
Sistema de atención de quejas de clientes.	Satisfacer las necesidades del cliente brindando un servicio de calidad para de esta forma llegar a fidelizar al cliente.		X	
Plan de incentivos.	Satisfacer las necesidades de todo el personal para que cumplan con su trabajo de una forma eficiente.		X	

Elaborado: Por las autoras

Fuente: Investigación Directa

#### 4.4 TÁCTICAS

Son los fines para alcanzar las metas en un tiempo determinado y en forma cuantitativa. Es el punto final al cual se orienta todas nuestras acciones. Un objetivo debe ser expresado en términos de tiempo y calidad, que esperan lograr las áreas funcionales en un período de mediano plazo.

**TABLA No.60**

<b>Proyecto</b>	<b>Tácticas</b>
Sistema de control de inventarios de Activos Fijos.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Adquirir software de inventarios de Activos Fijos.</li><li>- Informar vía circular a todas las áreas de la Cía. Ltda. ELEVAL los días en que se llevara acabo la toma del padrón inventariar de Activos Fijos.</li><li>- Elaborar las etiquetas de identificación de inventario físicos de Activos Fijos.</li><li>- Elaborar etiquetas de identificación de Activos Fijos.</li><li>- Revisar cada bien anotando el número del inventario, número de serie, modelo de activo y colocar la etiqueta de identificación.</li><li>- Localizar la ubicación y el nombre del usuario responsable del bien.</li><li>- Crear base de datos de los Activos Fijos.</li><li>- Verificar que todo este inventariado esto lo realizará el administrador.</li><li>- Se harán los ajustes necesarios,</li></ul>

	<p>recomendados por el gerente general.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dar todas las instrucciones necesarias al asistente para que pueda cumplir con el registro correcto de los Activos Fijos.</li> </ul>
Plan de publicidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seleccionar participantes.</li> <li>- Diseño del modelo para publicidad.</li> <li>- Cotizar precios de medios publicitarios.</li> </ul>
Sistema de atención de quejas de clientes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se designa responsables.</li> <li>- Formar equipo de trabajo</li> <li>- Plantear políticas.</li> <li>- Realizar modificaciones si fuera necesario.</li> <li>- Diseñar procesos a seguir.</li> <li>- Diseñar formulario.</li> </ul>
Plan de incentivos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratar al motivar o capacitar</li> <li>- Definir que tipo de seminario o charla se va a dictar.</li> <li>- Definir horarios</li> <li>- Organizar eventos en días festivos y cumpleaños de todo el personal.</li> <li>- Organizar eventos deportivos.</li> <li>- Evaluar al personal.</li> <li>- Seleccionar cual es el trabajador del mes.</li> <li>- Reconocimientos económicos.</li> </ul>

Elaborado por: las autoras

#### 4.5 PROGRAMAS TÁCTICOS

**TABLA No. 61**

<b>Proyecto</b>	<b>Programas Tácticos</b>
Sistema de control de inventarios de Activos Fijos.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Adquirir programas para inventarios.</li><li>- Elaborar etiquetas de identificación para inventarios.</li><li>- Llevar a cabo el levantamiento de inventarios.</li><li>- Ingresar datos al sistema de inventarios.</li><li>- Revisar reporte de evaluación de inventarios.</li><li>- Recibir ajustes y recomendaciones.</li><li>- Instruir al asistente para realizar ajustes e ingresar nuevos activos.</li></ul>
Plan de publicidad	<ul style="list-style-type: none"><li>- Conformación del equipo de trabajo.</li><li>- Diseñar el anuncio para la publicidad</li><li>- Cotizar precios de medios publicitarios.</li><li>- Contratar medios de publicidad.</li><li>- Realizar evaluación al final de cada periodo.</li></ul>
Sistema de atención de quejas de clientes.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Designar responsables para que hagan el seguimiento y cierre de quejas.</li><li>- Establecer políticas de control de quejas.</li><li>- Establecer proceso a seguir.</li><li>- Diseñar formulario.</li><li>- Entregar Informe.</li></ul>
Plan de incentivos.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Realizar seminarios de motivación.</li><li>- Organizar programas recreativos.</li><li>- Reconocimientos al personal.</li></ul>

Elaborado por: las autoras

#### 4.6 PRESUPUESTO

**TABLA No. 62**

Proyecto	Actividades	Presupuesto
Sistema de control de inventarios de Activos Fijos.	- Adquirir programas para inventarios.	500,00
	- Elaborar etiquetas de identificación de activos fijos.	300,00
	- Llevar a cabo el levantamiento de inventarios. (horas extras y almuerzo)	260,00
	- Ingresar datos al sistema de inventarios. (suministros y horas extras)	80,00
	- Revisar reporte de evaluación de inventarios. (suministros)	40,00
	- Recibir ajustes y recomendaciones. (horas extras y suministros)	35,00
	- Instruir al asistente para realizar ajustes e ingresar nuevos activos.	150,00
	<b>Financiamiento Propio</b>	<b>1.365,00</b>



Proyecto	Actividades	Presupuesto
Plan de Publicidad	- Conformación del equipo de trabajo. (6 personas, pago por día \$10)	60,00
	- Diseño y publicación del anuncio para la publicidad vía internet.	728,00
Proyecto	Actividades	Presupuesto
	- Cotización y contratación de medios publicitarios. (El Portal, el Comercio, páginas amarillas).	4.139,44
	<b>Financiamiento Propio</b>	<b>4.927,44</b>
Sistema de atención de quejas de clientes.	- Designar responsable para que hagan el seguimiento y cierre de quejas. (\$50, por 12 meses).	600,00
	- Establecer políticas de control de quejas. (6 personas, pago por día \$10, materiales y refrigerio).	130,00
	- Establecer proceso a seguir.	130,00
	- Diseñar formulario. (Imprenta y diseño).	320,00
	<b>Financiamiento Propio</b>	<b>1.180,00</b>
Plan de incentivos	- Realizar seminarios de motivación. (2 seminarios al año)	1.720,00

	- Organizar programas recreativos. (cada 4 meses).	830,00
	- Reconocimientos al personal.( Reconocimiento a un trabajador)	600,00
	<b>Financiamiento Propio</b>	<b>3.150,00</b>

Elaborado: Por las autoras

Fuente: Investigación directa

## **ALCANCE DE LOS PROYECTOS PLANTEADOS**

### **1. Proyecto de Sistema de control de inventarios de activos fijos**

El alcance de este proyecto es el de organizar y controlar los inventarios de activos fijos para evitar pérdidas de los mismos, al llevar este control de los activos fijos la empresa podrá saber exactamente que es lo que posee, codificar por áreas es necesario para organizar de una forma más eficiente por lo que se propone codificar de la siguiente manera:

Código Área de Gerencia	G-001
Código Área de Administración	A-001
Código Área de Técnica	T-001
Código Área de Ventas	V-001
Código Área de Bodega	B-001

Realizar informes mensuales de inventarios es necesario para llevar un control más exacto de lo que se posee.

### **2. Proyecto Plan de Publicidad**

Con este proyecto se busca incrementar la cartera de clientes a través de la publicidad, para ser reconocidos a nivel nacional por lo que se plantea lo siguiente:

Crear una página web que sirva como medio de enlace con el cliente, a través de este medio el usuario podrá conocer los servicios que ofrece la compañía, esta página no solo servirá como medio publicitario si no que nos ofrece la oportunidad de conocer que expectativas y sugerencias tiene el cliente y esto aportará al mejoramiento del servicio.

También se plantea recurrir a medios publicitarios escritos como la revista el Portal, esta revista se especializa en venta de inmuebles, este es un medio que ayudará a la empresa a ser contactada por constructores, que les interese instalar ascensores nuevos.

El comercio también es un medio publicitario masivo que le ayudará a la compañía se haga conocer en el mercado.

Las paginas amarillas también aportarán a que la empresa se haga conocer y capte más clientes.

Para la publicidad se propone el siguiente diseño:

## **PROPUESTA PARA DISEÑO DE ANUNCIO PAGINA WEB**

### **LA COMPAÑÍA LIMITADA ELEVAT**



## PROPUESTA DE ANUNCIO PARA PRENSA ESCRITA



Elaborado: Por las autoras

### 3. Proyecto de Sistema de atención de quejas de clientes

Con este proyecto se busca brindar un mejor servicio al cliente, por lo que se propone lo siguiente:

#### Políticas para atención de quejas

1. El comité de quejas deberán informar a todos clientes sobre la oportunidad de presentar por escrito toda inconformidad por los servicios recibidos por la Compañía ELEVAL.
2. Todo cliente sin ninguna excepción tiene derecho a presentar todo tipo de reclamos, como: mala atención por parte de los empleados, por no recibir un servicio ágil, por recibir un servicio técnico no eficiente, etc.
3. El cliente que desee presentar una queja deberá llenar el formulario designado por la Compañía dentro de los treinta días posteriores de

haber recibido el servicio, para dar trámite a la respectiva queja del cliente.

4. Cuando el Administrador reciba la queja vía oficio, verbal, telefónica o correo electrónico, deberá comunicar al Comité de quejas, quienes serán responsables de decidir si se soluciona con acciones inmediatas o se le da un tratamiento de acciones de mejora.
5. En caso de ausencia del Comité de Quejas, el administrador tendrán la facultad de tomar decisiones de las acciones a tomar en caso de recepción de quejas.
6. Es responsabilidad del Comité de Quejas, revisar el buzón electrónico de quejas y canalizar al área correspondiente, así mismo deberá entregar el reporte semanal de quejas al Gerente General.
7. El Comité de Quejas hará una clasificación de las quejas de acuerdo a los siguientes criterios:
  - A. Calidad en el servicio
  - B. Trato del personal
  - C. Aspectos de limpieza
  - D. Aspectos relacionados con el servicio de vigilancia externa
  - E. Aspectos de mantenimiento interno ( Infraestructura )
  - F. Tiempo de respuesta de la prestación del servicio
  - G. Sugerencias: solicitud de nuevos servicios o recursos
  - H. Otros: aquellos que no puedan clasificar dentro de los criterios anteriores
8. La determinación de acciones de solución inmediata o acciones de mejora se hará de acuerdo a la siguiente tabla:

<b>Criterio</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Tipo de Solución</b>	<b>Responsable de darle solución</b>
Trato del personal	De 1 en adelante	Acción inmediata	Administrador
Aspectos de limpieza	De 1 en adelante	Acción inmediata	Administrador
Aspectos relacionados con el servicio.	De 5 en adelante o dependiendo de la gravedad de la queja.	Acción inmediata o acción de mejora	Gerente Técnico
Aspectos de mantenimiento interno	De 3 en adelante o dependiendo de la gravedad de la queja.	Acción inmediata o acción de mejora	Administrador
Tiempo de respuesta de la prestación del servicio	De 5 en adelante o dependiendo de la gravedad de la queja	Acción inmediata o acción de mejora	Administrador Gerente Técnico
Sugerencias	De 10 en adelante	Acción de mejora	Gerente General , Gerente Técnico, Administrador
Otros	De 10 en adelante o dependiendo de la gravedad de la queja.	Acción inmediata o de mejora según lo establezca el gerente.	Administrador

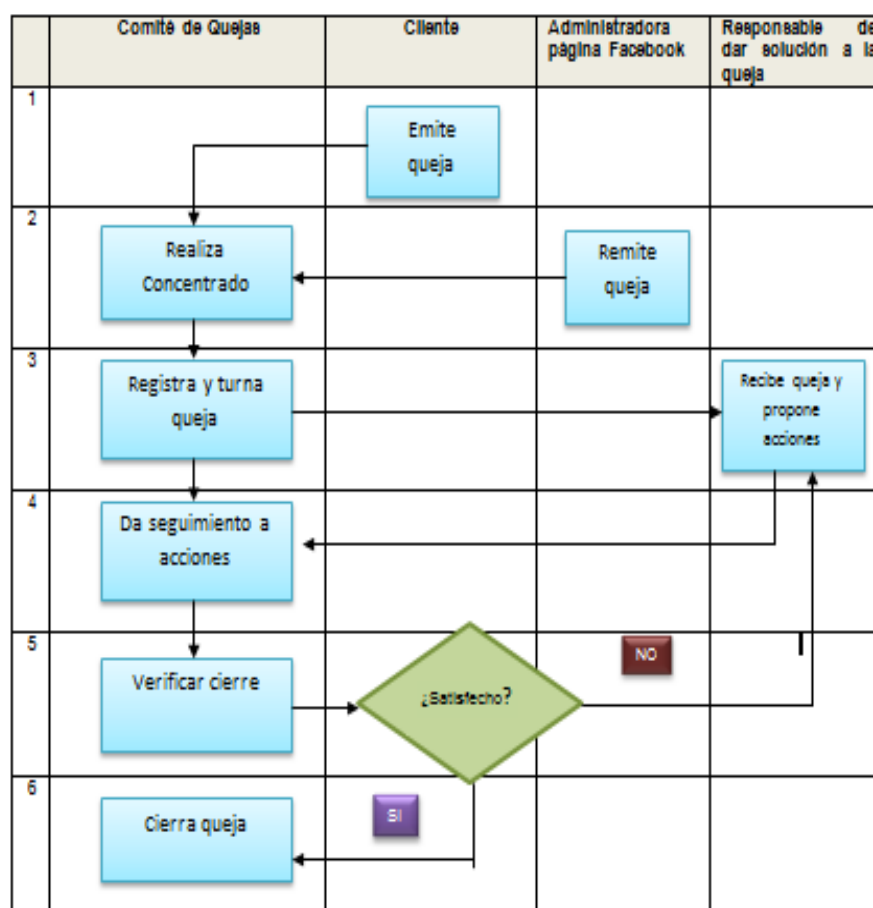
9. En caso de acciones inmediatas, el tiempo para su ejecución tendrá un máximo de cinco días hábiles y su conclusión se registrará en el formato de “Quejas de clientes”, y tratándose de acciones de mejora se procederá de acuerdo con lo establecido en el procedimiento.
10. Luego de proporcionar el trámite oportuno frente a la queja de un cliente, los responsables realizarán una encuesta al cliente atendido con la finalidad de evaluar la efectividad de este sistema.
11. Después de dar atención a cada queja de los diferentes clientes los responsables se encargarán de identificar la causa que originó el problema, para de esta manera tomar las debidas correcciones.
12. Todas las quejas serán atendidas, sin embargo ameritarán acciones de solución inmediata aquellas quejas que se hagan de manera formal, es decir que tengan por lo menos un dato personal de quien las emite (nombre, número de control, teléfono o correo electrónico). Las quejas anónimas tendrán tratamiento de sugerencias.
13. En caso de que el cliente no esté satisfecho con la solución de la queja presentada, los responsables deben revisar las acciones realizadas y proponer nuevas soluciones.
14. El seguimiento sobre el estado de las quejas deberá revisarse en las reuniones de los directivos.



## DIAGRAMA DE PROCESO DE ATENCIÓN DE QUEJAS

### COMPAÑÍA LIMITADA ELEVALL

#### GRAFICO No. 36



Elaborado por: las autoras

**PROCEDIMIENTO COMPAÑÍA LIMITADA ELEVAl**  
**MANEJO DE QUEJAS DE CLIENTES**  
**FORMULARIO 1**  
**RECEPCIÓN DE QUEJA**

<b>SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD CIA. LTDA. ELEVAl</b>	
	No. Queja _____
	Fecha: _____
<b>1.- Datos del reclamante</b>	
Nombre: _____	
Edificio: _____	Ciudad: _____
Dirección: _____	
Número telefónico _____	
Correo electrónico: _____	
<b>2.- Descripción del producto o del servicio requerido</b>	
<b>3.-Problema a reportar</b>	
Fecha de reporte: _____	
Nombre de la persona a quien reporta: _____	
Descripción: _____	
<b>4.- Sugerencia</b>	
	FIRMA _____
Proceso que reporta: _____	
(Espacio exclusivo para ser llenado por el personal de ELEVAl CIA. LTDA.	

Elaborado: Por las autoras

## FORMULARIO 2

### REGISTRO DE LA QUEJA

<b>SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD CIA. LTDA. ELEVAL</b>	
<b>REGISTRO DE LA QUEJA</b>	
No. de Queja: _____	Fecha: _____
Recibido por: _____	
Nombre del reclamante: _____	
Proceso: _____	
Descripción de la queja: _____ _____	
<b>ACCIONES DE SEGUIMIENTO</b>	
Responsable asignado para el seguimiento de quejas: _____	
FECHA	ACCIONES
_____	_____
_____	_____
_____	_____
<b>RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN</b>	
Origen del problema _____ _____	
Severidad: _____	
Complejidad: _____	
Impacto: _____	
<b>ACCIONES DE CIERRE</b>	
Atención de la queja: _____	
Solución: SI _____ NO _____	

Elaborado: Por las Autoras

**FORMULARIO 3**  
**INFORME DE QUEJAS**

No. Queja	Fecha de Recepción	Nombre del cliente	Motivo de la Queja	Procesos donde surge la queja	Responsable de atender la queja	Días que tarda la respuesta	Solución Si o No

Elaborado: Por las autoras

Estas políticas y procedimientos permitirán a la compañía brindar un servicio de calidad.

#### **4. Proyecto de Plan de Incentivos**

Es necesario satisfacer las necesidades de todo el personal para que cumplan eficientemente las actividades a ellos encomendados, por lo que se hace necesario motivarlos a través de talleres, seminarios, incentivos económicos, realizar actividades extracurriculares como eventos, reuniones, que les permitan convivir entre accionistas y trabajadores para de esta manera crear una atmosfera de bienestar y confianza, así los trabajadores se comprometerán con la misión, visión de la empresa, y de esta forma conjuntamente llegar a cumplir los objetivos trazados.

#### **4.7 PLAN OPERATIVO O DE ACCIÓN**

El plan operativo es el que nos permite identificar en forma detallada, las actividades que se realizarán a corto plazo, es decir máximo un año.

##### **Elementos de la Planeación Operativa.**

Programas operativos.

Procedimientos.

##### **Programas operativos.**

Son labor, ordenadas cronológicamente. y la manera de ejecutar un fin determinado.

**Procedimientos.** Son enunciados cuantitativos o cualitativos de los fines que se desea alcanzar en un periodo a corto plazo.

## PLAN OPERATIVO O DE ACCIÓN

### PRESUPUESTO ESTIMADO

PROYECTO	AÑO					TOTAL	Financiamiento	Responsable
	1	2	3	4	5			
Sistema de control de inventarios de Activos Fijos.	1.365,00	637,79	672,36	708,80	747,22	4.131,17	Propio Utilidades	Administradora Gerente
Plan de Publicidad	-	5.194,51	5.476,05	5.772,85	6.085,74	22.529,15	Propio Utilidades	Administradora Gerente
Sistema de atención de quejas de clientes.	-	-	1.311,37	1.383,45	1.457,36	4.152,18	Propio Utilidades	Administradora Jefe Técnico Vendedor
Plan de incentivos	-	3.320,73	3.500,71	3.690,44	3.890,46	14.402,34	Propio Utilidades	Administradora Gerente
<b>TOTAL PRESUPUESTO ESTIMADO</b>	1.365,00	9.153,03	10.960,49	11.555,54	12.180,78	45.214,84		

Elaborado: Por las autoras

## 4.8 INNDICADORES DE GESTIÓN

Los indicadores de gestión son medidas que se utilizan para determinar el éxito de un proyecto o una organización. Los indicadores de gestión están establecidos por los líderes del proyecto u organización, y son utilizados permanentemente durante el ciclo de vida, para evaluar el desempeño y los resultados.

“Los indicadores son necesarios para poder mejorar. Lo que no se mide no se puede controlar, y lo que no se controla no se puede gestionar”.

Los indicadores de gestión están ligados con datos cuantificables. Para que un indicador de gestión se efectivo debe cumplir con ciertas características como: debe coordinar con los objetivos estratégicos de la organización, debe ser claramente definido, esto es que asegure su correcta recopilación y justa comparación, fácil de comprender y usar, debe ser comparable, que se pueda comparar sus valores con la organización y con otras organizaciones, a lo largo del tiempo.

### **Importancia.**

La formulación de indicadores, es importante ya que permiten medir el cumplimiento de la misión, y del proyecto, por ende es necesario que toda organización desarrolle un sistema que permita la formulación de indicadores.

Además podemos señalar que los indicadores de gestión, constituyen una herramienta que permite obtener datos cuantificables, porque son estadísticas sobre procesos, y cualitativos porque se puede obtener datos mediante entrevistas cuestionarios, o por interacción con los clientes, a través de ellos podemos ver de qué manera estamos realizando nuestras funciones e incluso identificar cualquier desviación para poder tomar medidas correctivas a tiempo.

Es decir mediante los indicadores podemos obtener un diagnóstico de la situación actual de una organización, y su importancia radica en que nos permite tomar decisiones adecuadas y oportunas, en un ambiente de certidumbre si son bien utilizados, como también nos permite administrar los recursos de forma óptima.

#### **Tipos de Indicadores de Gestión**

- Indicadores de gestión corporativos
- Indicadores de gestión por unidades estratégicas del negocio
- Indicadores de gestión por unidades operativas

#### **4.8.1 INDICADORES DE GESTION CORPORATIVOS**

**Tabla No. 63**

ÁREA	META	INDICADOR	FORMULA
FINANCIERA	Diseñar un sistema de control de inventario de Activos Fijos.	Inversión en activo fijo.	Capital contable / Activo fijo
MERCADEO	Incrementar la publicidad.	Costo de publicidad y promoción	Costo de publicidad y promoción / Ventas Netas
PRODUCCIÓN	Diseñar un sistema de atención de quejas.	Cantidad de quejas posteriores a las ventas.	Quejas recibidas / total quejas solucionadas.
RECURSOS HUMANOS	Implementar programas de Incentivos.	Gastos de capacitación y entrenamiento.	Gastos en capacitación y entrenamiento / total de personal capacitado y entrenado.

Elaborado: Por las autoras

Fuente: Evaluación integral para implantar modelos de calidad, Jack Fleitman



## 4.8.2 INDICADORES DE GESTIÓN POR UNIDADES ESTRATÉGICAS DEL NEGOCIO

Indicadores por unidad estratégica del negocio dependen de la estructura organizacional de la empresa, pueden agruparse de la siguiente manera: de mercadeo, de finanzas, producción, administración, recursos humanos, tecnología, etc.

**TABLA No.64**

AREA	INDICADOR	FORMULA
FINANCIERO	Activos Fijos existentes	$\text{Activos Fijos} / \text{Total activos fijos existentes}$
	Registro de los activos Fijos.	$\text{Activos Fijos} / \text{Total de activos fijos registrados}$
MERCADEO	Posesión de certificados de calidad.	$\text{Certificados de calidad} / \text{Total de certificados de calidad obtenidos.}$
	Diversificación del Servicio y productos.	$\text{Diversificación del servicio y productos} / \text{Total de servicios y productos diversificados.}$
	Porcentaje de clientes Nuevos.	$\text{Clientes nuevos} / \text{total de clientes}$
PRODUCCIÓN	Porcentaje de cumplimiento en las entregas.	$\text{Plazo de entrega definido} / \text{Plazo de entrega real}$
	Porcentaje de correcciones Realizadas a los procesos en un período determinado.	$\text{Correcciones de procesos} / \text{Total correcciones de procesos.}$
	Percepción sobre la evolución de la calidad del servicio.	$\text{Percepción de servicio de calidad} / \text{Respecto de hace cinco Años.}$
RECURSOS HUMANOS	Eficacia	$(\text{Capacitaciones Realizadas} / \text{Capacitaciones Programadas}) \times 100$

AREA	INDICADOR	FORMULA
RECURSOS HUMANOS	Motivación a sus trabajadores	Motivación / Total de personal motivado
	Índice de productividad	Índice del producto / Índice del insumo laboral

Elaborado: Por las autoras

Fuente: Evaluación integral para implantar modelos de calidad, Jack Fleitman

#### 4.8.3 INDICADORES DE GESTIÓN POR UNIDAD OPERATIVA

Índices de gestión por unidad operativa son resultados que se producen como compras despachos, cartera desarrollo, contabilidad o capacitación.

**TABLA No. 65**

ÁREA	INDICADOR	FORMULA
<b>FINANCIERA</b>	Activos Fijos existentes	Activos Fijos / Total activos fijos existentes
	Registro de los activos Fijos.	Activos Fijos / Total de activos fijos registrados
	Inversión en activo fijo.	Capital contable / Activo fijo
	Adquisición de programas	Software de control de inventarios
<b>MERCADEO</b>	Posesión de certificados de calidad.	Certificados de calidad / Total de certificados de calidad obtenidos.
	Diversificación del Servicio y productos.	Diversificación del servicio y productos / Total de servicios y productos diversificados.
	Porcentaje de clientes Nuevos.	Clientes nuevos / total de clientes
	Costo de publicidad y promoción	Costo de publicidad y promoción / Ventas Netas.
	Repercusión de las campañas Publicitarias.	Posicionamiento, aceptación, aumento en ventas, introducción de un nuevo producto.
<b>PRODUCCION</b>	Porcentaje de cumplimiento en las entregas.	Plazo de entrega definido / Plazo de entrega real.

ÁREA	INDICADOR	FORMULA
	Porcentaje de correcciones realizadas a los procesos en un período determinado.	Correcciones de procesos / Total correcciones de procesos.
	Percepción sobre la evolución de la calidad del servicio.	Percepción de servicio de calidad / Respecto de hace cinco años.
	Eficiencia en costo.	$\Sigma$ Actividades que agregan valor / $\Sigma$ Actividades que agregan valor + $\Sigma$ Actividades que agregan valor.
<b>RECURSOS HUMANOS</b>	Eficacia	(Capacitaciones Realizadas / Capacitaciones Programadas) x 100
	Motivación a sus trabajadores	Motivación / Total de personal motivado
	Índice de productividad	Índice del producto / Índice del insumo laboral
	Grado de capacitación	Personal capacitado / Total de personal.
	Costo de personal en el área de producción	Sueldos y salarios Costo de producción.

Elaborado: Por las autoras

Fuente: Evaluación integral para implantar modelos de calidad, Jack Fleitman

## VALOR ACTUAL NETO

El Valor actual neto también conocido valor actualizado neto, cuyo acrónimo es VAN, es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto. Consiste en determinar la equivalencia en el tiempo 0 de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$\text{VAN} = \text{BNA} - \text{Inversión}$$

BNA = Beneficio Neto Actualizado

### CALCULO DEL VAN

**TABLA No. 66**

Años	Flujo de Caja Proyectado	Inversión	BNA
2012	47,412.46	1,365.00	44,876.91
2013	50,667.09	9,153.03	45,392.80
2014	53,665.24	10,960.49	45,507.67
2015	56,262.61	11,555.54	45,158.75
2016	58,554.52	12,180.78	44,484.93
		<b>45,214.84</b>	<b>225,421.06</b>

$$\text{VAN} = \text{BNA} - \text{INVERSIÓN}$$

$$\text{VAN} = 225,421.06 - 45,214.84$$

$$\text{VAN} = 180,206.22$$

Las proyecciones se realizaron mediante el método logarítmico

FORMULA:

$$Y = a + b (\ln x)$$

Se toma como tasa referencial a la tasa de depósitos a plazo fijo que es del 5.65%, del Banco Central para el cálculo del VAN.

### Conclusión

El valor de él VAN es mayor que cero por lo que el proyecto si es recomendable.

## TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno (TIR), es una herramienta o medida usada como indicador al cuantificar la eficiencia de una inversión determinada. El TIR entrega un porcentaje, el TIR es la tasa compuesta de retorno anual que se puede ganar de una inversión. Por lo mismo, matemáticamente el TIR se calcula partiendo de la ecuación del VAN, haciendo este igual a cero y calculando "i" para este valor. Se considera que si el TIR es mayor que el costo del capital para un proyecto, este último entrega valor a la compañía. Desde otro punto de vista, un proyecto es bueno siempre y cuando su TIR sea mayor al retorno a la inversión que se pueda obtener en inversiones alternativas, como depósitos a plazo.

## CALCULO DE LA TIR

FORMULA:

$$TIR = tm + \left[ \frac{VAN_{tm}}{VAN_{tm} + |VAN_{TM}|} \right] \times (TM - tm)$$

$$TM = 26\%$$

$$Tm = 25\%$$

$$TIR = 25,20\%$$

## Conclusión

Se requiere que esta tasa sea mayor a la tasa de descuento para poder determinar que el proyecto es rentable para el inversionista. Para el caso del presente proyecto la Tasa Interna de Retorno es del 25,20% y que frente a una tasa de descuento del 5,65% se puede concluir que el proyecto es conveniente.

## **CAPITULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

En la investigación realizada de la Compañía ELEVAL se llega a las siguientes conclusiones con sus respectivas recomendaciones.

#### **5.1 CONCLUSIONES**

- La propuesta del plan estratégico es la principal herramienta en la toma de decisiones de la compañía siendo este el eje que le permite un desarrollo eficiente de sus actividades, y la orientación hacia oportunidades económicas atractivas para ella y para la sociedad, precisando su misión y visión, definiendo sus objetivos, tomando en serio el papel de ser competitivos y permanecer con un alto grado de productividad, debido a que toda empresa debe estar preparada frente a la competencia y posibles crisis, para no ser desplazada del mercado al que pertenece.
- El diagnóstico realizado a la Compañía ELEVAL nos permitió saber su situación actual, definiendo sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, esto contribuye a determinar lineamientos que servirán al desarrollo de la empresa.
- El direccionamiento estratégico que se ha definido para la compañía ELEVAL nos permitió determinar dónde se encuentra en la actualidad y hacia dónde quiere ir, tomando como punto de partida la misión por la cual fue creada, el planteamiento de valores, principios, visión, estrategias, servirán de guía para el cumplimiento de los objetivos.

- La Compañía ELEVAL al contar con un Plan Táctico le permite la consecución de los objetivos, define líneas de acción en áreas específicas de la compañía, identificando el presupuesto y el alcance de la propuesta, el planteamiento de programas para los distintos departamentos aporta en el crecimiento de los ingresos de la compañía y en el mejoramiento del servicio, estos proyectos propuestos por áreas sirven de apoyo para optimizar recursos.

## **5.2 RECOMENDACIONES**

- Se recomienda la aplicación de un plan estratégico cada cuatro años que le sirva de herramienta principal en el desarrollo adecuado y eficiente de sus actividades, lo cual le permite determinar su misión y visión para establecer sus objetivos a corto, mediano y largo plazo, las estrategias deben ser revisadas periódicamente para determinar si se han cumplido o no de lo contrario deben ser rectificadas para lograr los objetivos propuestos.
- Los resultados del diagnóstico sirven de soporte para realizar los cambios pertinentes, por lo que se recomienda aprovechar las fortalezas, y tomar como base las debilidades para transformarlas en fortalezas, y establecer procesos, políticas y normas, ya que es de gran importancia en el desempeño de sus actividades, esto permite mejorar la planificación y cumplir sus objetivos.
- Es importante que todo el personal tenga conocimiento de la misión, visión y valores, siendo esta la mejor manera de que se

comprometan con la empresa, y llegar a cumplir conjuntamente trabajadores y accionistas las metas trazadas por la Compañía.

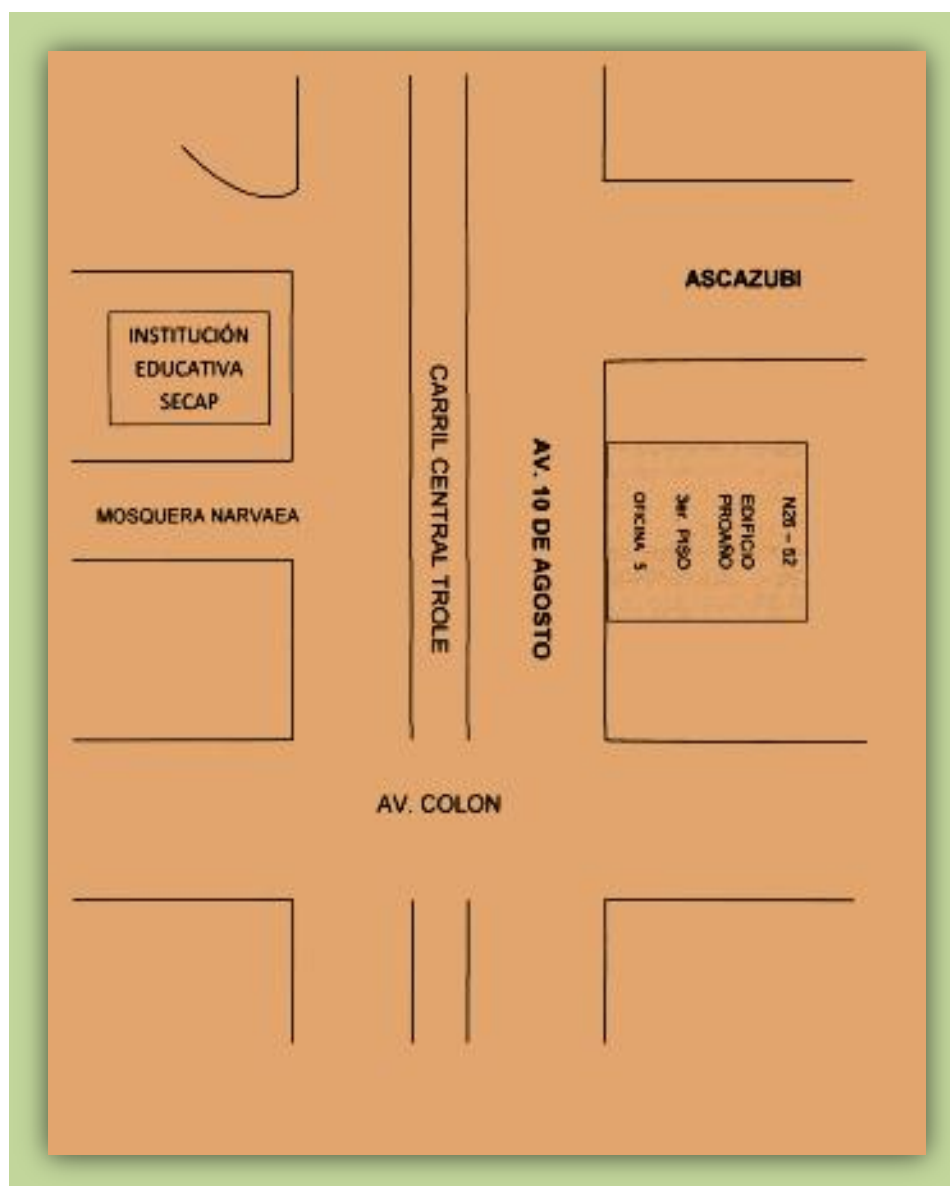
- Se recomienda la aplicación de la totalidad de los proyectos propuestos, para que los programas planteados tengan mayores resultados, ya que de lo contrario no se alcanzarán los objetivos trazados, estos proyectos permite que la compañía se desarrolle de una forma más eficiente brindando un servicio de calidad e incrementando sus ingresos.



# ANEXOS

## ANEXO No.1

### CROQUIS DE UBICACIÓN DE LA COMPAÑÍA LIMITADA ELEVAL



## ANEXO No. 2

### DATOS GENERALES DE ELEVAL CIA LTDA

---

#### DIRECCIÓN:

Ciudad: Quito  
Calle: Av. 10 de Agosto N2652 y Ascazubi Edificio Proaño Piso 3 oficina 5  
Teléfono(s): 2567-270 /091432447/097839960  
Horario de Atención oficina 9:00 AM hasta 17:00 PM Lunes a Viernes  
Correo electrónico: [eleval@andinanet.net](mailto:eleval@andinanet.net)

R.U.C: 1791911458001

BIENES Y SERVICIOS QUE OFRECE: Mantenimiento, reparación, venta de repuestos, modernización y venta de ascensores nuevos.

Llamadas de emergencia: Técnicos Encargados:

Sr. Ricardo Alcibar.	Jefe de Técnico / Mantenimiento
Sr. Marcelo Manobanda	Técnico
Sr. Jorge Mora	Gerente técnico
Entre Otros.	

Área jurídica  
Dr. Benítez

#### Área Administrativa:

Tlg. Mario R Pozo C	Gerente General
Ing. Elizabeth Pogo D	Presidente/Gerencia Administrativa
Sr. Marco Pérez B	Contador General

#### Área Ventas:

Tlg. Mario R Pozo C	Gerente de Ventas
Sr. Carlos Valarezo	Asistente Ventas

Servicio Limpieza:  
Sra. Narcisa Díaz.

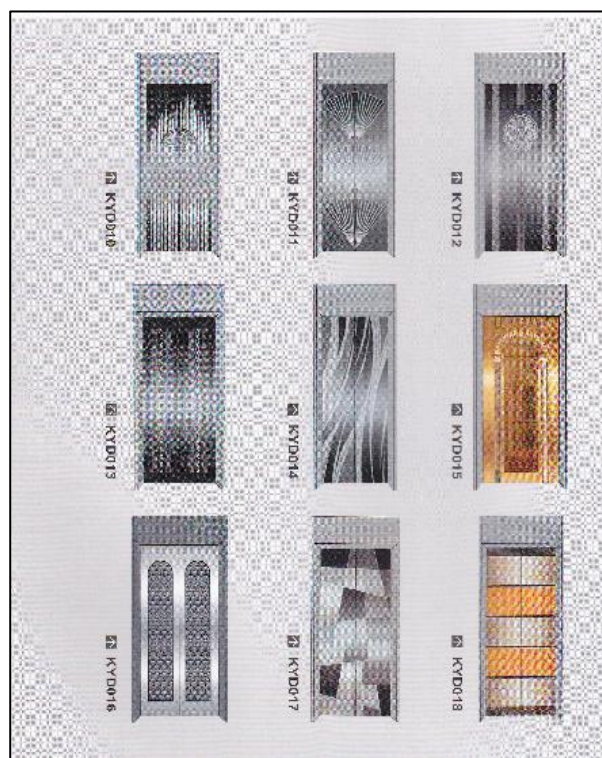
## ANEXO No. 3

### PRODUCTOS QUE OFRECE LA EMPRESA

#### ELEVADORES



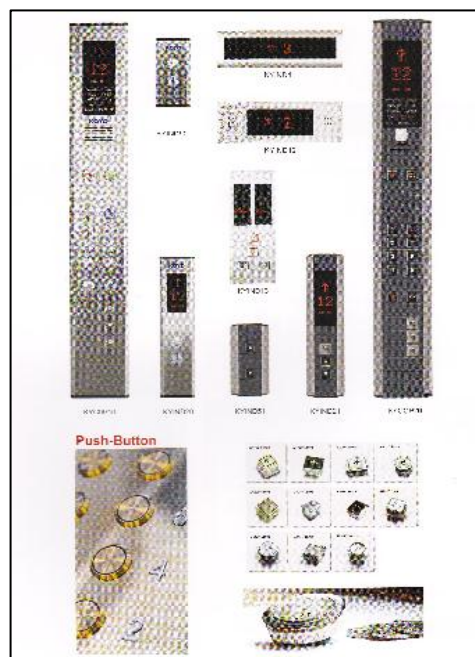
#### PUERTAS



## TECHOS



## VARIOS ACCESORIOS



**ANEXO No. 4**

**TRAMITE EN LA SUPERINTENDENCIA PARA ADQUIRIR  
INFORMACIÓN**

Quito, 11 de agosto del 2011

Señores  
SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS  
Presente.-

SUPERCIAS QUITO  
11/AUG/2011 11:07 CAU

A quien corresponda:

Nosotras, JIMÉNEZ ANDRADE PIEDAD MAGDALENA con número de cédula 0400966651 y POVEA RIVERA ADRIANA DE LOS ANGELES con número de cédula 1714345418, Egresadas de la Escuela de Finanzas, de la Universidad Central del Ecuador, solicitamos a quien corresponda nos ayude con información sobre compañías que estén registradas legalmente en la Superintendencia, que brinden " servicio de mantenimiento, reparación, instalación de ascensores en la ciudad de Quito", ya que estamos realizando nuestra tesis y necesitamos de estos datos.


Esperando una pronta respuesta y anticipando nuestros agradecimientos.

Atentamente:  
  
Jiménez Piedad

  
Povea Adriana

<b>Superintendencia de Compañías Quito</b>	
Visitenos en: <a href="http://www.supercias.gov.ec">www.supercias.gov.ec</a>	
Fecha:	11/AUG/2011 11:11:56
Usu:	maritzag
	
Remitente:	No. Trámite: 40015-0
PIEDAD JJIMENEZ Y ADRIANA POVEDA ---	
Expediente:	
Razón social:	RUC:
SubTipo tramite: COMUNICACIONES	
Asunto: COMUNICACIONES	
Revise el estado de su tramite por INTERNET Digitando No. de trámite, año y verificador = 62	

## ANEXO No.5



### OFFICE SOLUTIONS

Computadores, Redes, Sistemas, Suministros de Oficina, Mantenimiento  
Cordero Ce1-123 entre Versalles y Av. 10 de Agosto  
Telefax. 098301979 / 097329677  
R.U.C 170444346001 Quito - Ecuador

PROFORMA 0310

---

**Cliente :** ELEVAL CIA. LTDA.

**Direccion :** Av. 10 Agosto N26-52 y Ascazubi


**Cuidad :** QUITO


**Teléfono :** 2567270

**Fecha:**

RUC 1791911458001

Cantidad	DESCRIPCION	Precio Unitario	TOTAL
1	<b>DISEÑO DE PÁGINA WEB ECONÓMICA</b> INCLUYE: HOSTING POR UN AÑO DOMINIO .COM / .BIZ / .ORG / .INFO POR UN AÑO ESPACIO EN DISCO: 200 MB BANDWIDTH: 10000MB BASE DE DATOS MYSQL: 4 CUENTAS DE EMAIL CON SU DOMINIO: 15 SUBDOMINIOS: 5 CUENTAS FTP: 3 FORMULARIO DE CONTACTO GESTOR DE ARCHIVOS (MINIBIBLIOTECA) CONTADOR DE VISITAR 7 PÁGINAS WEB DISEÑO Y EDICIÓN DE IMÁGENES ASISTENCIA TÉCNICA 365 DÍAS DEL AÑO VÍA EMAIL MARKETING WEB FORMA DE PAGO: 75 % A LA FIRMA CONTRATO 25 % ENTREGA DE LA PAGINA WEB	\$650,00	\$650,00
<b>Forma de Pago</b>		<b>Subtotal</b>	\$650,00
<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="margin-right: 10px;">Efectivo</div> <input checked="" type="radio"/> </div> <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="margin-right: 10px;">Cheque</div> <input type="radio"/> </div>		<b>12 % IVA</b>	\$78,00
		<b>TOTAL</b>	\$728,00





Email: VHS@GARCIA.COM  
FIRMA AUTORIZADA



## ANEXO No. 6



### OFFICE SOLUTIONS

Computadores, Redes, Sistemas, Suministros de Oficina, Mantenimiento  
Cordero Cie1-123 entre Versalles y Av. 10 de Agosto  
Telefax. 098301979 - 097329677  
R.U.C 1704444346001 Quito - Ecuador

PRODUCTOS	PRECIOS + IVA
- Grapas 23/13	1,25
- Grapas 26/6	1,42
- Grapadora grande	16,00
- Esfero Big Azul	1,00
- Esfero Big Negros	1,00
- Esfero Big Azul Rojo	1,00
- Block de notas	4,49
- Caja porta papeles numero 2	4,50
- Caja porta papeles numero 3	2,53
- Carpetas cara transparente	1,14
- Archivadores	3,71
- Clip mariposa	1,62
- Clip pequeno	0,88
- Lapiz HB Stadtler c/b	1,50
- Borrador de queso	0,82
- Tinta negra para sello	1,83
- Tinta roja para sello	1,83
- Cuadernos Universitarios 100 h (espiral)	4,02
- Marcador rojo punta fina	2,25
- Marcador rojo punta gruesa	1,45
- Marcador negro	1,45
- Papel para impresora Xerox	4,35
- Cuadernos pequenos 100 h (espiral)	3,77
- Binder clips	2,81
- Postit 653 bicolores ( toma notas)	5,41
- Postit 654 3m *6 (toma notas)	7,68
- Reglas metalicas	60CM 2,51 30CM 1,26
- Scotch Cinta Magica	1,13
- Carpetas de papel	10 UNDS
- Resaltador Pilot Negro 0,7	2,93
- Resaltador amarillo- azul	3,31
- Esfero Uniball rojo 0,5	1,15
- Goma en Barra	2,80
- Goma Blanca	3,55
- Esfero Uniball Azul 0,5	40NZ 1,15 8 ONZ 1,36
- Esfero Uniball Negro 0,5	2,9
- Esfero Unilock negro 0,07	2,9
- Saca grapas	3,4
	0,98
Los precios sin IVA	

OFFICE SOLUTIONS  
*[Handwritten signature]*  
CUBA EXTERIOR



## ANEXO No. 7



### PROFORMA

**Medio:** El Comercio **Fecha:** 17-10-2011  
**Señores:** Compañía Eleval Limitada **R.U.C.:** 1791911458001  
**Título del Aviso:** Clasificado Especial Vertical Empleos

**Medidas:** 3.5 cm x 4.98 cm **Columnas:** 1 **Módulos:** 2

### **PUBLICIDAD:**

**Mortuorios:** **Especiales:** **Ocasionales:**  
**Clasificados:** X **Comercial:** **Remitidos:**  
**Int. General:** **Otros:**

### **VALOR:**

PAGINA	DIA	VALOR NETO	IVA	VALOR TOTAL
Clasificados	Lunes - Viernes	50,00	6,00	56,00
Clasificados	Sábados ó Domingos	76,00	9,12	85,12

SR. CLIENTE, POR FAVOR PAGAR CON CHEQUE CRUZADO A NOMBRE DEL GRUPO EL COMERCIO C.A., RUC: 1790008851001	<div>AGENCIA EL COMERCIO</div> <div>Recibo</div> <div>El Comercio</div> <div>MCORTEZ</div> <div>AGENCIA COLON</div>
--	---

Nota: Esta proforma tiene validez de 8 días siempre que el texto y las medidas correspondan a las cotizadas.

## ANEXO No. 8



Proforma No. SECAP.DIR.GO.CCYSQ.2011.37

Quito, 29 de septiembre del 2011

Señores  
**ELEVAL CIA. LTDA.**  
Presente.-

Permítame hacer extensivo un cordial saludo de parte de quienes conformamos el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP).

En atención a su requerimiento, el SECAP - Centro de Comercio y Servicios - Quito, está en capacidad de impartir cursos de capacitación para el personal de su Institución, conforme al siguiente detalle:

CURSO	DURACIÓN N. DE HORAS	PRECIO POR PERSONA	HORARIO	FECHA DE INICIO	FECHA DE FINALIZACIÓN
<b>RELACIONES HUMANAS Y MOTIVACIÓN</b>  <u><b>CONTENIDO:</b></u>  <ul style="list-style-type: none"><li>- La Comunicación</li><li>- Personalidad</li><li>- Teoría y Formación de Grupos</li><li>- Motivación</li></ul>	30	\$ 35	08h00 – 14h00	22 de octubre	26 de noviembre 2011

<b>LIDERAZGO Y DESARROLLO PERSONAL</b>  <b><u>CONTENIDO:</u></b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cambio actitudinal</li> <li>- Formación del líder</li> <li>- Estados emocionales</li> <li>- Características del líder</li> </ul>	40	\$ 35	<b>(Sábados)</b>  17h00 – 19h00  <b>(Lunes-Viernes)</b>	2011  17 de octubre 2011	15 de noviembre 2011
<b>MARKETING Y VENTAS</b>  <b><u>CONTENIDO:</u></b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Las cuatro "P" del marketing</li> <li>- Formación de grupo de vendedores</li> <li>- Ventas directas</li> <li>- Desarrollo de ventas</li> <li>- Clínica de ventas</li> </ul>	40	\$ 35	17h30 – 19h30  <b>(Edificio Iñaquito)</b>	17 de octubre 2011	15 de noviembre 2011

Los cursos se dictan bajo el modo de formación de Capacitación y a la finalización, se otorga un **Certificado de Aprobación**, a las personas que hayan cumplido con al menos el 80% de asistencia y el 70% en Evaluación.

Cabe indicar que el curso ha sido pro formado en base a la tabla de valores vigentes en la Institución. El valor, deberá depositarse previo al inicio del evento en cualquiera de las siguientes cuentas corrientes del SECAP:

Banco del Pacifico No. 0676917-9,  
Banco Pichincha 7649437- sublínea 140299 ó  
Banco Fomento 10001676.

En caso de cancelarse con cheque el mismo deberá ser certificado y remitido al SECAP para el endoso correspondiente previo a su depósito.

Será de mucho agrado el poder colaborar en los requerimientos de capacitación que sean del interés de su prestigiosa Institución.

Atentamente,

Eco. Fernando Rodríguez  
**DIRECTOR CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS QUITO**

## ANEXO No. 9


ventas@elportal.com.ec

## ANEXO No. 10


CRONOGRAMA DE REVISTAS GRUPO EDITORIAL EL PORTAL							
Edición	Cierre Artes	Diseño	Distribución	EVENTO	Desde	Hasta	2Evento
P58/NZ23/M10	11-ene	11-ene	23-ene	F.Capeipe	03/02/2012	12/02/2012	
P59/NZ24/M11	05-mar	05-mar	19-20 mar	F.Clave	13/04/2012	22/04/2012	
P60/NZ25/M12	23-abr	24-abr	7-8 May				
P61/NZ26/M13	04-jun	05-jun	18-19 Junio				
P62/NZ27/M14	16-jul	17-jul	30-31 Julio				
P62/NZ28/M15	27 agos	28 agos	10-11 Sept	Clave Cemex	12-oct	22-oct	
P63/NZ29/M16	08-oct	09-oct	22-23 Oct	F.Clave Sur	15-nov	18-nov	Aniversario
P64/NZ30/M17	29-nov	27-nov	10/11 dic				

TARIFARIO WEB 2011		
DESCRIPCION	PRECIO MENSUAL	NUMERO DE ANUNCIOS
SUBIR PROYECTOS (CORREDORAS INDEPENDIENTES)	\$ 50,00	20
SUBIR PROYECTOS (INMOBILIARIAS)	\$ 190,00	ILIMITADO
SUBIR PROYECTOS (CONSTRUCTORES)	\$ 175,00	ILIMITADO
BANNERS INMUEBLES ROTATIVOS	\$ 490,00	1
BANNERS MUEBLES Y ELECTRODOMESTICOS	\$ 250,00	1
BANNERS SERVICIOS FINANCIEROS	\$ 250,00	1
BANNERS SERVICIOS PROFESIONALES	\$ 250,00	1
DESTACADOS INMUEBLES ROTATIVOS	\$ 250,00	1
DESTACADOS MUEBLES Y ELECTRODOMESTICOS	\$ 30,00	1

## ANEXO No. 11










Estoy buscando:

Quito

Ejemplo: Cirujanos Plásticos

La guía telefónica del Ecuador en Internet







### Nuestros planes más solicitados

	Anuncio más información grande <a href="#">(ver ejemplo)</a>		\$297,00	<b>SOLICITAR</b> 
	Banner lateral animado <a href="#">(ver ejemplo)</a>		\$1.397,00	<b>SOLICITAR</b> 
	Banner único superior animado <a href="#">(ver ejemplo)</a>		\$3.497,00	<b>SOLICITAR</b> 

\* Precios de planes son anuales  
\*\* Todo plan es pagado por anticipado  
\*\*\* Precios de planes expresados en dólares americanos  
\*\*\*\* Precios de planes no incluyen IVA del país(12%)

Aceptamos:

Pagos en línea:



Diffiere tus compras en línea hasta 12 meses pagando con PacifiCard

Para obtener información sobre otros planes disponibles [contáctanos](#)

## ANEXO No. 12



### OFFICE SOLUTIONS

Computadores, Redes, Software, Suministros de Oficina, Mantenimiento  
Cordero Del-123 entre Versailles y Av. 10 de Agosto  
Teléfono: 098301979 / 097329677  
R.U.C. 170444346001 Quito - Ecuador

**PROFORMA 0718**

Cliente : ELEVAL Cia. Ltda.  
Direccion : Av. 10 Agosto N26 52  
Ciudad : QUITO  
Teléfono : 5267270

Fecha:  
miércoles, 19 de octubre de 2011

Cantidad	DESCRIPCION	Precio Unitario	TOTAL
1	<b>SOFTWARE DE CONTABILIDAD</b>  Sistema De Gestión De Inventarios Monica Original Version: 9.0 Su especialista en los negocios - Software para el ambiente Windows  MONICA se instala en el PC y sus actualizaciones son gratuitas Tiene un manual integrado al sistema en español que incluye videos explicativos, puede controlar hasta 99 empresas. Si lo va a usar por primera vez puede cargar masivamente datos desde Excel (Clientes, Proveedores, Productos) No puede importar movimientos de versiones anteriores.  <b>MODULOS DEL SISTEMA</b> - Facturación - Inventario - Cotizar a clientes - Pagos a proveedores - Control de cuentas bancarias - Configuraciones - Punto de Venta - Costabilidad - Mantenimiento de usuarios - Auditoria de datos por usuario  Licencia Original, el precio es 1 licencia para 1 computador (Precio incluye soporte telefónico o via remote por 3 meses)	\$446,43	\$446,43

Forma de Pa Instalación y configuración

Efectivo  
Cheque



Subtotal	\$446,43
12 % IVA	\$53,57
<b>TOTAL</b>	<b>\$500,00</b>

**Office Solutions**

Email: VMSALCAJAS@YAHOO.COM



# **BIBLIOGRAFIA**

## BIBLIOGRAFÍA

Área de proyectos y programación de inversiones, ILPES.

<http://www.guiadelacalidad.com/plan-estrategico.php>

<http://www.bce.fin.ec/>

<http://www.slideshare.net/guest45ddae/curso-seminario-planificacion-estrategica>

Técnicas de Administración de recursos humanos: Sánchez Barriga. Editorial

Limusa.<http://www.buenastareas.com/ensayos/Importancia-Indicadores-De-Gesti%C3%B3n/646581.html>

<http://www.gestiopolis.com/canales7/ger/politicas-de-mejoramiento-continuo.htm>

<http://html.rincondelvago.com/gestion-de-compras.html>

[http://web.jet.es/amozarrain/gestion\\_indicadores.htm](http://web.jet.es/amozarrain/gestion_indicadores.htm)

[http://es.wikipedia.org/wiki/Plan\\_estrat%C3%A9gico](http://es.wikipedia.org/wiki/Plan_estrat%C3%A9gico)

[http://www.sinnexus.com/business\\_intelligence/plan\\_estrategico.aspx](http://www.sinnexus.com/business_intelligence/plan_estrategico.aspx)

<http://www.promonegocios.net/empresa/mision-vision-empresa.html>

<http://finanzasparatodos.blogspot.es/1201275060/>

<http://www.bce.fin.ec/>

[www.wikipedia.org/wiki/plan\\_estratégico](http://www.wikipedia.org/wiki/plan_estratégico)

[www.wikipedia.org/wiki/plan\\_estrategico](http://www.wikipedia.org/wiki/plan_estrategico) ;  
[www.misrespuestas.com/que-es-un-analisis-foda.html](http://www.misrespuestas.com/que-es-un-analisis-foda.html);  
[www.degerencia.com/articulo/competitividad-empresarial-un-nuevo-concepto](http://www.degerencia.com/articulo/competitividad-empresarial-un-nuevo-concepto).  
  
[www.yakaz.es/definicion-de-optimizacion](http://www.yakaz.es/definicion-de-optimizacion);  
[www.wikipedia.org/wiki/productividad](http://www.wikipedia.org/wiki/productividad)  
  
[www.wikilearning.com/articulo/el-concepto-de-estrategia/8069](http://www.wikilearning.com/articulo/el-concepto-de-estrategia/8069);  
[www.buenas tareas.com /ensayos/diagnostico-financiero/223192.htm](http://www.buenas tareas.com /ensayos/diagnostico-financiero/223192.htm);  
[nomistaslarioja.com/info/boletín/2002/spt\\_t.htm](http://nomistaslarioja.com/info/boletín/2002/spt_t.htm)  
  
[www.terminosfinancieros.com.ar/definicion-rentabilidad-69](http://www.terminosfinancieros.com.ar/definicion-rentabilidad-69);  
[www.definicion.de/punto-de-equilibrio/](http://www.definicion.de/punto-de-equilibrio/)  
  
[www.dimensionempresarial.com/etiqueta/define-meta/](http://www.dimensionempresarial.com/etiqueta/define-meta/)  
  
[www.bce.fin.ec/](http://www.bce.fin.ec/)  
  
<http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>  
<https://www.supercias.gov.ec/Web/privado/seguridad/htm/servicios%20personalizados.htm>superintendencia.  
  
<http://planeacionestrategica.blogspot.es/1236115440/metodo>  
  
[http://es.wikipedia.org/wiki/Principio\\_\(%C3%A9tica\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Principio_(%C3%A9tica))[http://www.pereira.gov.co/portal/page?\\_pageid=33,159614&\\_dad=portal&schema=PORTAL](http://www.pereira.gov.co/portal/page?_pageid=33,159614&_dad=portal&schema=PORTAL)  
  
<http://www.crc.gov.co/institucional/valores-y-principios.html>  
  
[http://www.grupogya.es/index2.php?option=com\\_docman&task=doc\\_view&gid=45&Itemid=2](http://www.grupogya.es/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=45&Itemid=2)<http://www.binasss.sa.cr/seguridad/articulos/PoliticadeCalidad-Ejemplos.pdf>.

[http://web.jet.es/amozarrain/gestion\\_indicadores.htm](http://web.jet.es/amozarrain/gestion_indicadores.htm)

<http://www.slideshare.net/adrianagordillohuertas/indicadores-de-gestion>.

Evaluación integral para implantar modelos de calidad, Jack Fleitman, Páginas de la 110 a la 115.

<http://www.misrespuestas.com/que-es-la-tasa-interna-de-retorno.html>.

[http://es.wikipedia.org/wiki/Valor\\_actual\\_neto](http://es.wikipedia.org/wiki/Valor_actual_neto)

<http://www.slideshare.net/guest45ddae/curso-seminario-planificacion-estrategica>.